

PROSPERITA®

Prosperita? Především! Nic jiného neřeším.

**Poznamenejte si důležité termíny
České společnosti pro jakost v roce 2023**

■ Dny kvality 2023: 6.–7. 11. 2023



Konference určená příznivcům moderních přístupů v kvalitě a zlepšování.

■ Staňte se Ambasadory kvality ČR



Ocenění pro organizace, které kvalitou žijí. Uzávěrka přihlášek je do konce září.

Pro bližší informace sledujte naše webové stránky
www.csq.cz

INZERCE

Žiji s týmy jejich příběhy a hledám ta nejlepší řešení

Ing. Simonu Myslikovjanovou, Ph.D., MBA, MBE, CEO firmy SiMyCo s.r.o., už z našich stránek znáte. Je to osobnost, která pomohla k úspěchu mnoha firmám nebo organizacím. Žena několika profesí, které se vzájemně prolínají, doplňují a jejich prostřednictvím se korporáty, firmy z business sféry, zdravotnická zařízení – malé i velké nemocnice, hotely, školy, ale i podniky rodinné a výrobní, posouvají výš a k úspěchu. Klíčem je perfektní organizace práce, spousty znalostí, učení se novému, vytrvalost, vašeň měnit horší ve výtečné. Před pár týdny za svůj přístup a výsledky obdržela cenu v Profí HR Awards 2023:

Získala jste další ocenění za vaši práci. Oč přesně jde?

Ano, a velmi mě tato cena potěšila. Jde o Profí HR Awards 2023 v kategorii Talent Manager, za specializaci na Interim & Talent Management. V této specializaci jsem již stovkám firem různých oborů pomohla dostat se z potíží.

Moje práce je o naslouchání, vnímání, respektu a také trpělivosti. Navenek lze učinit řadu změn, které signalizují posuny firemní kultury. Přeměna lidí, jejich každodenní žádoucí vystupování, jednání, prezentace profesionálního přístupu, uznávání hodnot je časově velmi náročná.

Jste žena několika rolí, například se na určitý čas ujímáte vedení firem, abyste je připravila na ekonomický vzestup. Ale jak se říká, vše je o lidech...

Ano, je tomu tak. A to mě na mé práci moc baví. Je kreativní a barevná. Řídím jak svou vlastní firmu SiMyCo, tak působím velmi aktivně ještě v dalších profesích: na jedné straně jako Exter-



Ing. Simona Myslikovjanová, Ph.D., MBA, MBE, CEO firmy SiMyCo s.r.o.

nal Executive Director of Human Resources, jindy jako External Interim Director nebo jako Learning, Talent, Communication, Process & Development Specialist.

Ve většině případů se po dohodě s vedením stávám Executive Interim Director či Executive Director of Human Resources. Většinou je to v kombinaci. Může jít o projekty vyžadující speciální znalosti a zkušenosti, které nemají manažeri daného subjektu, nebo nastává situace, kdy je potřeba ukázat správnou a efektivní cestu řízení společnosti. A jednu takovou jsem naznačila zhruba před rokem z pozice výkonné ředitelky HR a gastro provozů, kdy šlo o nastavení hospodaření na gastro úseku, včetně ubytování, které vykazaly za čtyři měsíce hlavní sezóny téměř tři milióny čistého zisku. A to díky zavedení správného profitabilního hospodaření.

Nyní již působím v jiné firmě jako výkonná ředitelka HR/Interim. A také jako Supervisor, Communication & Process Specialist pro jednu krajskou nemocnici.

Jak tedy z průměrného či podprůměrného týmu vykresat ten skvělý, plný odvahy, nápadů a loajality?

Já si dovolím nesoudit, zda je tým průměrný či podprůměrný. S každým pracuji naplno, a pokud se nám objeví nějaký „kostlivci ve skříni“, hledáme to nejlepší řešení. Jestliže chceme totiž při budování firemní kultury skutečně uspět, je zcela zásadní věnovat se interakci vytváření sítí, komunikaci, chování ve skupině a zabývat se typologií osobností, dotýkat se otázek vedení, moci, politiky a nezapomínat na konflikty, stejně jako naslouchat potřebám lidí uvnitř firmy. Žiji s týmy a jedinci jejich příběhy. Změny firemní kultury můžeme dosáhnout jedině výchovou a vzděláváním všech pracovníků podle předem stanoveného programu, a především vysvětlením smyslu, z jakého důvodu se do tohoto programu pouštíme, a účinným odměňováním žádoucích projevů a pracovních postojů.

pokračování na straně 4

Fondee: OSVČ, dítě, investování

Mateřství zpravidla představuje velký zásah do rodinného rozpočtu a ještě výrazněji pro matky samozivitelky. Zejména pokud se na něj matka nestihne dostatečně finančně připravit. Vůbec nejhorší situaci ale v tomto ohledu čelí ženy pracující jako OSVČ. Tém systém zpravidla přízná jen velmi nízkou mateřskou, oproti zaměstnankyním často i o polovinu nižší.

Protože pro OSVČ není placení nemocenského pojištění povinné, musí si dát pozor kromě jeho včasného placení také na jeho aktivaci. I proto pro většinu z nich podle zakladatelky Fondee Evy Hlavsové dává smysl spíše investovat a nespolehat na systém, který jim důstojnou mateřskou nezajistí. „Systém peněžité pomoci v mateřství není pro matky pracující jako OSVČ vůbec příznivý. Zejména při placení minimálního pojistného je pro ně přiznaná mateřská hodně bídná. Navíc na mateřskou nedosáhne, jestliže si jako OSVČ neplatí nemocenské pojištění po dobu alespoň 270 dnů v průběhu dvou let, a i pokud disponují stejnými příjmy jako zaměstnankyně, získaná peněžité pomoci nedosáhne stejné výše,“ vysvětlila Eva Hlavsová, spoluzakladatelka Fondee. Žena, která pracuje v zaměstnaneckém poměru, má hrubou mzdu 35 000 Kč a dle zákona za ni platí nemocenského pojištění zaměstnavatel, může očekávat peněžitou pomoc v mateřství v měsíční výši zhruba 24 180 Kč. Za celou dobu 196 dní, po kterou mateřská dovolená trvá, tak získá 157 976 Kč neboli 806 Kč denně. Aby žena pracující jako OSVČ dosáhla na stejnou částku, musela by měsíčně platit nemocenského pojištění ve výši 735 Kč. Nicméně vzhledem k maximální sazbě 2,1 % nemůže. V porovnání se zaměstnankyní tak žena pracující jako OSVČ s příjmy 35 000 Kč může očekávat mateřskou v celkové výši pouze 78 988 Kč, tedy 12 000 Kč měsíčně, 403 Kč denně. To je o polovinu méně než v případě zaměstnankyně se stejnými příjmy. „Příjem pouhých 12 000 Kč měsíčně nemůže být dostatečný pro jednu osobu, natož pro matku s čerstvě narozeným dítětem. Ani při dodržení doby placení nemocenského pojištění nelze jako OSVČ při běžných příjmech očekávat dostatečnou mateřskou. Pokud se tak budoucí matka podnikatelka nechce dostat do zbytečných finančních potíží během mateřství, musí myslet dopředu a zhodnotit peníze investováním,“ vysvětlila Eva Hlavsová. Zmíněných 735 Kč, které by žena v pozici OSVČ musela na pojištění odvádět, aby dosáhla na stejnou mateřskou jako zaměstnankyně, může při měsíčním investování po dobu deseti let (při průměrném ročním zhodnocení 7 %) proměnit ve 126 000. V případě investování 1000 Kč měsíčně pak může jít až o 172 000 Kč. S dostatečným předstihem a při zvolení správného investičního profilu tak podle Evy Hlavsové jde o mnohem rozumnější volbu. (tz)

Najdete uvnitř listu

Na české technologie se plánujeme zaměřit v komunikační kampani k veletrhu 3

Konica Minolta zjednodušuje podnikatelům využívání datových schránek 6

Ojetiny Kia s jistotou ve značkovém programu 7

Umělá inteligence roli manažerů posílí 10

O kapitálový trh je mezi firmami zájem 16

Nejvíce dluhopisů vydávají firmy z finančního sektoru

Vysoká inflace a negativní výnosy z akcií i dalších investičních nástrojů vedly v posledním roce ke zvýšenému zájmu o investice do dluhopisů. Podle statistik srovnávané na portále Dluhopisomat.cz, který srovnává všechny dluhopisy vydané v České republice, jsou na trhu s dluhopisy nejaktivnější společnosti z finančního sektoru a nemovitostí.

Dluhopisový trh odráží specifika jednotlivých sektorů a odvětví ekonomiky. Z celkového počtu 1816 dluhopisových emisí, registrovaných k 18. květnu 2023, jich nejvíce vydaly firmy činné v pojišťovnictví a finančním sektoru (234), v oblasti nemovitostí (174) a ve stavebnictví (123). Nejméně jich naopak vydaly firmy věnující se zdravotní a sociální péči (4), těžbě a dobývání surovin (2) nebo vzdělávání (1). A proč tomu tak je? „Dluhopisy vydávané finančními

institucemi patří k nejvýznamnějším na trhu. Finanční sektor se těší stabilnímu zájmu investorů, protože banky obecně disponují silnými finančními pozicemi a vydávají dluhopisy s nízkým rizikem nesplacení. Pokud se na situaci podíváme čistě pragmaticky, vysvětlení lze hledat i v tom, že finanční instituce si potenciál dluhopisů uvědomují už jen díky svému zaměření, když s nimi přicházejí pravidelně do kontaktu,“ vysvětlil Vladimír Pikora, hlavní ekonom investiční skupiny CFG.

„Dluhopisy fungují dobře na projekty. Krásným příkladem je dům. Zatímco se staví, tak se splácí kupón dluhopisu. Když je dostavěno, dům se prodá a z něj se splatí jistina dluhopisu. Takové projekty ve zdravotnictví či vzdělávání nejsou,“ pokračoval Vladimír Pikora.

Právě nyní je ideální příležitost do dluhopisů investovat. Světová ekonomika se zotavuje z důsledků nedávné pandemie, což povzbuzuje investory k větší důvěře a lepší finanční situace

fírem snižuje rizika nesplacení emise. Podle statistik portálu Dluhopisomat umožňuje polovina (916 z 1816) dluhopisových emisí jejich předčasné splacení. „Možnost předčasného splacení musí být však uvedena v emisních podmínkách,“ vysvětlil Vladimír Pikora.

Emitující společnosti využívají této možnosti tehdy, pokud se podmínky na finančním trhu změny, úrokové sazby klesnou a emisi chtějí refinancovat s nižšími náklady na úroky. Stejně tak může být předčasné splacení součástí restrukturalizace emitenta. Třetí možností je, že společnost ukáže předčasným splacením finanční sílu, což zvýší její důvěru dalších investorů. Vždy ale platí, že podmínky předčasného splacení musí být předem deklarované. „Možnost předčasného splacení bez finanční penalizace nabízejí všechny státní a protiinflační dluhopisy,“ uzavřel Vladimír Pikora. „U korporátních dluhopisů to samozřejmě není. Jak ale vidíme, nabízí ji polovina firem.“ (tz)

PROSPERITA®

Prosperita? Především! Nic jiného neřeším.

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

Časopis Prosperita a přílohy
Prosperita Madam Business
Prosperita Fresh Time

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

Vydává: RIX, s. r. o.

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

Datum vydání: 6. června 2023

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

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

Pavel Kačer, redaktor
 mobil: 724 501 791, e-mail: kacera@iprosperita.cz

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

Korektury: Mgr. Pavla Rožníčková

Grafická úprava: Michal Schneidewind

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

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

Tisk: Novotisk
 U Stavoservisu 1a, 108 00 Praha 10

Distribuce: 5 P Agency, spol. s r. o.,
 Modřická 334/63, 664 48 Moravany

Časopis je v roce 2023 rozšiřován dle vlastního adresáře redakce.

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

Prosperita partnersky spolupracuje:

- se společností NEWTON Media a.s.
- s Úřadem průmyslového vlastnictví
- s Českou společností pro jakost

Komunikujme a hledějme ta nejlepší řešení pro vás.

PROSPERITA®
 Prosperita? Především! Nic jiného neřeším.

www.iprosperita.cz

Madam BUSINESS
 PROSPERITA

www.madambusiness.cz

FRESH TIME
 PROSPERITA

www.freshtime.cz

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

Došlo-li ke změně vašich údajů pro zaslání našeho časopisu (adresa, název společnosti, jméno atd.), můžete nám zaslat žádost o aktualizaci svých údajů na zasilani@iprosperita.cz. 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

Začarovaný kruh

Přišlo to, co se dalo čekat. Lidé si začali utahovat opasky. Obchodníci zjišťují, že spotřebitelé buď nakupují méně, nebo odkládají nákup, případně vyměňují kvalitní zboží za levnější. Nelze se divit, že Češi takto reagují. A mimochodem, tržby meziročně klesly i v celé eurozóně. Někde se prostě šetřit musí. Na rozdíl od státu, který se zadlužuje rekordním tempem, ne všichni klienti bank dostanou další úvěr. Hlavně však každá domácnost právě jako firma si dobře rozmyslí, jestli na svou spotřebu a splácení závazků má, anebo ne. Je potěšitelné, že většina z nás se chová jako moudrý hospodář podle hesla „natáhnout se jen tak, jak mi stačí postel“. Případy exekucí jsou pak varováním, že bezstarostnost ve financích se může dřív či později vymstít. Otázka, jak ze začarovaného kruhu ven, je pro nositele Nobelovy ceny za ekonomii. Šetření se stává nutností, ale zároveň prohlubuje krizové prvky ve společnosti.

Pavel Kačer

Zaujalo nás

Kempy nově online

Se startem letní sezóny představí digitální platforma zaměřující se na dovolenou v kempech a rekreačních střediscích Dokempu.cz své nové webové stránky. Ty kromě propracované vizuální podoby nabídnou návštěvníkům i nové kategorie kempů, inspiraci na cesty nebo ideální místa pro firemní teambuilding. Online průvodce Dokempu.cz, s rozsáhlým katalogem kempů, chatů a tábořišť v ČR i zahraničí, v minulosti v poslední době kompletní proměnou. Modernizace proběhla nejen po technické, ale i uživatelské stránce. Vyhledávač kempů rozšířil své služby i o vyhledávání netradičních forem ubytování, které jsou v Česku momentálně na vzestupu. Kromě klasických kempů dlouhodobě roste zájem o glamping nebo stellplatzy, tedy stání se zázemím pro karavany nebo obytné vozy. Nově člověk na webu najde inspiraci na cesty nebo místa pro teambuilding. (tz)

Mediální partnerství v roce 2023

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

Redakční rada pracuje ve složení:

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

Podnikatelé vnímají konsolidaci jako nutnost, ale...

Vládní návrh konsolidačního balíčku firmy nezdecimuje, podnikatelům ale sebere peníze na investice do zefektivnění výroby. Ke stabilizaci veřejných financí plánovaná opatření přispějí jen částečně. Hospodářská komora oceňuje revizi daňových výjimek a že se na nemocenském pojištění budou podílet i zaměstnanci. Dosud do něj přispívali jen zaměstnavatelé. Podnikatelé v balíčku ale postrádají prorůstová opatření, snížení nákladné byrokracie a administrativy na straně státu i firem a posílení trhu práce.

„Při pohledu na dnešní stav veřejných financí naše situace není tak katastrofální. Co je problémem, jsou vývojové tendence od covidu a rychlost zadlužování a deficitů. Úkolem vlády je zbrzdit tento trend, stabilizovat veřejné finance a udržet sociální smír,“ uvedl prezident Hospodářské komory Vladimír Dlouhý. „Přesto tyto kroky nestačí a nedokážeme se vymanit ze

schodků, které jsou prohlubovány v krizích. A to za situace, kdy vláda v dalších letech bude potřebovat doplnit kasu o stovky miliard korun na kvalitnější zdravotnický systém, dostupnou sociální péči, dopravní infrastrukturu, včetně vysokorychlostních tratí, nebo transformaci energetiky a rozšíření jaderných elektráren. Podnikatelé mají tak oprávněnou obavu, že ani tyto desítky miliard korun veřejné finance nestabilizují, dokud vláda nejprve detailně nezmapuje bolavá místa ekonomiky a také se nezamyslí, odkud je vezme,“ uvedl Vladimír Dlouhý.

Komora už od roku 2015 opakovaně varovala vládu, že velkým problémem ekonomiky není ani tolik výše daní, ale vlivem demografie úbytek pracovníků, kvůli kterým tuzemská ekonomika funguje značně pod svým potenciálem, a také legislativou vyvolané neproduktivní činnosti, jako je nadměrná administrativní zátěž v podnicích. Podle analýz komory stát zaměstnavatelům na základě zákonů dnes ukládá přes 2100 povinností. (tz)

Živnostníci a malé firmy preferují korunu

Česká koruna vůči hlavním světovým měnám (dolar a euro) neustále posiluje. Hodnota eura se tak přiblížila historickému minimu z roku 2008. Přestože tento vývoj může být ve svém důsledku pro řadu tuzemských firem, a to zejména exportérů, velmi problematický, rozsáhlý průzkum společnosti ePoptávka.cz ukazuje, že se živnostníci spolu s malými či středními podniky necítí aktuální situací ohroženi. „Zdaleka nevolají po zavedení eura, jako třeba v Chorvatsku, ale jednoznačně chtějí zachovat českou korunu,“ upozornil Otto Kočí, ředitel společnosti ePoptávka.cz.

Průzkum realizovaný v dubnu 2023 mezi více než tisíci živnostníky a firmami ze segmentu malých a středních podnikatelů napříč všemi obory zjišťoval jejich postoje k aktuálnímu vývoji koruny vůči euru a dopady na jejich aktivitu. „Výsledky ukazují, že 86 % živnostníků a malých podniků nemá výrazné obavy a aktuální vývoj nevnímá jako ohrožení jejich podnikání. Negativní dopady na své aktivity pocítuje pouze 14 % z nich,“ uvedl Otto Kočí, ředitel ePoptávka.cz. Celých 42 % pak dokonce hodnotí aktuální kurz eura velmi pozitivně. Malí a střední podnikatelé současně v průzkumu vyjádřili svou zdrženlivost vůči přijetí eura. Pro jeho

rychlé zavedení by v tuto chvíli bylo 21 % z nich. „Téměř osm z deseti živnostníků a malých a středních firem by se tak nyní k přijetí eura nepřiklánělo. Rezervovanější postoj k zavedení měny vyjádřilo 21 % z nich a 58 % z nich bylo zcela proti. Výrazné rozdíly nepozorujeme například jednotlivými obory,“ sdělil dále Otto Kočí.

Výsledky průzkumu společnosti ePoptávka.cz tak do jisté míry odrážejí skutečnost, že je mezi českými podnikateli nezanedbatelný podíl těch, kteří působí na tuzemském trhu a nasměřují své aktivity do zahraničí. Ti jsou k zavedení eura méně vstřícní, protože na rozdíl od exportérů, pro které by tento krok mohl znamenat zjednodušení i úsporu nákladů, by jim přijetí nové měny mohlo přinést zvýšené výdaje a administrativu bez výhledu na benefity spojené s jejich podnikáním.

„Naopak, upřednostňování koruny naznačuje, že OSVČ a menší podniky mají své zdroje v českých korunách, čerpají úvěry od tuzemských bank a korunu standardně používají ve svém podnikání. Působí spíše lokálně, tj. v ČR,“ vysvětlil Kočí z ePoptávka.cz a dodává, že pozitivní hodnocení silnější koruny odráží spíše osobní zájmy, které se mohou týkat cestování nebo nákupu zahraničních výrobků. (tz)

Partneři www.iprosperita.cz

hlavní partner:

VARNSDORF TOLS

partner plus:

HASIČSKÁ UZÁJEMNÁ POJIŠTOVNA, a.s.

partneři:

GRADA

ÚŘAD PRŮMYSLŮVÉHO VLASTNICTVÍ

DAVID KARABEC
 GEBRÄDER HUBERHOFFER VLASTNICTVÍ

dto
 DTO CZ, s.r.o.
 Vzdělávání jak má být

odborní partneři:

CESKÁ SPOLEČNOST PRO JAKOST

ASOCIACE OBCHODNÍKŮ

SVAZ KVĚTINÁŘŮ A FLORISTŮ ČESKÉ REPUBLIKY

AČTO
 ASOCIACE ČESKÝCH TRADIČNÍCH OBCHODNÍKŮ

AVO

MA

caim

KZPS

ČM s M

Prosperita vás provází děním v businessu už 25. rokem!

Na české technologie se plánujeme zaměřit v komunikační kampani k veletrhu

Jak nazvou historici dobu, v níž právě žijeme? Jako století technologií? Století umělé inteligence? Století objevů? Kdo ví. Na svět přicházejí unikátní myšlenky, nadčasové nápady, ojedinělá řešení, která se zapisují do novodobých dějin. Nejnovější trendy průmyslu, především strojírenství, představuje každoročně Mezinárodní strojírenský veletrh. Ten letošní se odehraje ve dnech 10.–13. října. K jeho přípravám se vyjádřil Michalis Busios, ředitel projektu:

Technologie mění svět. I letošní MSV na to bude reagovat. Nač upozorníte především?

Letošní ročník se opět bude věnovat hlavním tématům souvisejícím s průmyslem. Zaměří se na digitalizaci, průmyslovou automatizaci i robotiku. Technologické pokroky mají obrovský potenciál zvýšit efektivitu a produktivitu průmyslových procesů. Veletrh se bude dotýkat i dalších témat, jako je energetika, logistika, aditivní technologie a další.

Jíž zmíněná energetika bývá nedílnou součástí snad každého ročníku. Na jaké téma se můžeme těšit tentokrát? Budou představeny unikátní technologie vedoucí k úsporám, efektivitě spotřeby, poznáme převratná řešení?

Vystavovatelé napříč obory pravidelně přicházejí s novými technologiemi, jejichž cílem jsou energetické úspory. Předpokládáme, že i v letošním roce budou tato řešení v expozicích firem zastoupena. Souběžně s MSV se koná také veletrh Envitech, který je zaměřen na ekologicky šetrné technologie.

Startupy a investiční příležitosti – jak jste pojali toto téma? A co všechno se jeho prostřednictvím návštěvníci budou moci dovědět?

Strojírenský veletrh každoročně představuje inovativní a perspektivní projekty v oblasti strojírenství a průmyslu. Součástí je projekt Transfer technologií, který propojuje řešení vznikající na akademické půdě s konkrétními firmami. Veletrh poskytuje ideální místo pro networking, který je zásadní pro sdílení zkušeností.

I tentokrát budete pokračovat v projektu Digitální továrna. Čím bude inspirativní?

Zejména svým zaměřením na nové digitální technologie a inovativní přístupy v průmyslu. Návštěvníci se seznámí s pokročilými systémy pro automatizaci, robotiku, umělou inteligenci, a představeny budou i další inovace. Ukázány budou reálné příklady, jak tyto technologie mohou být implementovány a využity v průmyslovém prostředí. Nově chystáme rozšířený pro-



gram digitální stage, kde bude ještě větší prostor pro doplňující diskuze o aktuálních tématech.

Jak se rýsuje účast zahraničních vystavovatelů? Z které destinace jich bude nejvíce?

Účast zahraničních firem na MSV je významná a představuje důležitý mezinárodní rozměr této události. Zahraniční vystavovatelé často využívají tuto příležitost k prezentaci svých produktů, technologií a služeb a k navázání obchodních kontaktů. Nejvíce vystavovatelů přijíždí kromě Slovenska také z Německa, Rakouska nebo Polska. Již nyní je ale potvrzena také účast firem z Číny, Itálie, Nizozemska, Švýcarska, Tchaj-wanu nebo Turecka.

A vracejí se po složitých covidových letech na výstaviště také tradiční české firmy, které patří k legendám MSV?

I letos počítáme s účastí předních českých firem z oboru. Na české technologie se plánujeme zaměřit v komunikační kampani k veletrhu. Kromě firem nebude chybět ani Česká národní expozice, ve které se budou společně prezentovat státní instituce. Nově se představí také vybrané projekty, které získaly dotace ze státních nebo evropských fondů.

O čem bude letos doprovodný program?

Doprovodný program zahrnuje širokou škálu aktivit, které doplňují samotný veletrh, a poskytuje návštěvníkům příležitost získat další informace, zapojit se do diskuzí a rozšířit své odborné znalosti. Mezi tématy se objeví i kyberbezpečnost nebo digitalizace. V pátek se



Michalis Busios, ředitel projektu Mezinárodní strojírenský veletrh

uskuteční i program pro studenty základních a středních škol. Kromě přednášek, seminářů a konferencí se návštěvníci mohou těšit na oblíbené komentované prohlídky MSV Tour.

Neuvažovali jste v této souvislosti třeba o diskuzi žen majitelek, investorek a manažerek působících v „těžkých oborech“, v průmyslu, zejména strojírenském, slévárenském, energetice? O vlivu ženského elementu na styl řízení podniků?

Jde jistě o zajímavé a aktuální téma. Základní představu o podobě projektu máme, ale rádi bychom jej zpracovávali s odborným partnerem. Úvodní jednání probíhají. Uvidíme, jestli stihneme program realizovat v tomto roce.

za odpovědi poděkovala Eva Brix

Firmy z Moravskoslezského kraje tvoří 10 % úspěšných exportních případů agentury CzechTrade

Na celkové hodnotě úspěšných exportních případů za pomoci agentury na podporu obchodu CzechTrade se podílejí také české firmy z Moravskoslezského kraje. S pomocí CzechTrade jich v tomto kraji úspěšně exportovalo nebo stále exportuje celkem 114, nejčastěji do Německa či dalších evropských států. V minulém roce se firmy začaly orientovat také na Spojené arabské emiráty nebo USA. Agentura CzechTrade pomáhá firmám v exportu především asistencí přímo na zahraničních trzích, pořádáním vzdělávacích akcí či poskytováním konzultací přímo v regionu v rámci akce Roadshow, kde ukazuje, jak uspět na zahraničních trzích.

Agentura na podporu obchodu CzechTrade od roku 2005 zaznamenává celkem 3410 úspěšných exportních případů potvrzených firmami, z toho s 326 exporty tvoří 10 % firmy v Moravskoslezském kraji. „Zájem o export v Moravskoslezském regionu byl vždy, o čemž svědčí fakt, že jsme pro tamější firmy celkem zpracovali 2191 zakázek. Firmám v teritoriích

pomáhají naše dlouhodobé zkušenosti a perfektní znalost prostředí, jednotlivé subjekty tak díky tomu mohou získat drahocenné kontakty, kterých mohou využít pro své businessové aktivity,“ řekl Radomil Doležal, generální ředitel CzechTrade a dodal: „Firmy na Ostravsku a v širším okolí mají velký potenciál především v segmentu strojírenství (výroba

strojů a techniky) a stavebnictví a stavební materiály.“ Hojně zastoupeným odvětvím z pohledu exportu je také potravinářský průmysl nebo segment obráběných komponentů a konstrukcí z kovů.

Firmy z kraje tradičně nejčastěji exportují do evropských teritorií, jako je Německo, Velká Británie, Chorvatsko, Itálie či Francie, nezaostává ani Nizozemsko nebo Turecko. „V současné době směřujeme firmy na Ukrajinu, která se pro exportéry začala otvírat a kde budeme mít nově kromě Kyjeva také zastoupení ve Lvově. Věříme, že po skončení války se na její obnovu začnou podílet také firmy právě z Moravskoslezského kraje,“ vysvětlil Radomil Doležal. V minulém roce se firmy začaly soustředit také na sousední Rakousko, Spojené arabské emiráty, Španělsko a USA.

V Moravskoslezském kraji bylo ze strany agentury CzechTrade od roku 2018 zpracováno celkem 2191 zakázek, přičemž firmy využívají individuálních služeb CzechTrade přímo v teritoriu prostřednictvím zahraničních kanceláří. „Firmám poskytujeme kompletní servis od původní vize po konečný export. Naše individuální služby zahrnují například vyhledání obchodních kontaktů, ověření zájmu o spolupráci, organizaci obchodních jednání nebo dlouhodobou exportní asistenci, která firmám pomůže prosadit se na zahraničním trhu,“ sdělil Jan Kubata, ředitel sekce služeb pro exportéry a doplnil: „Spoustu nových obchodních kontaktů firmy získávají také na veletrzích a výstavách, kde pro ně organizujeme společné prezentace nebo v rámci podnikatelských misí a B2B jednání se zahraničními nákupčími.“ (tz)

ČSOB jako první finanční instituce v Česku vydala emisi vlastních Zelených dluhopisů určených retailovým investorům

V souladu se svou dlouhodobou strategií udržitelného podnikání a environmentální politiky ČSOB jako první finanční instituce vydala na tuzemském trhu vlastní Zelené dluhopisy. Tyto Zelené dluhopisy jsou emitovány v objemu jedné miliardy korun s tříletou splatností a jsou určeny pro klienty privátního bankovníctví.

Jeich prostřednictvím ČSOB financuje a podporuje „zelené projekty“, které si kladou za cíl zlepšit životní prostředí. Tyto pilotní Zelené dluhopisy jsou tak výrazem kultury, hodnot a preferencí banky směrem k principům ESG. „Záleží nám na tom, v jakém stavu předáme

planetu dalším generacím. Proto udržitelnost a šetrný přístup k životnímu prostředí promítáme do všech svých aktivit a podporujeme také přechod na nízkouhlíkovou ekonomiku,“ řekl Petr Hutla, člen představenstva ČSOB zodpovědný za Řízení úvěrů a udržitelnost.

ČSOB prostřednictvím tohoto investičního nástroje nabídne svým klientům společně se podílet na naplňování základních hodnot udržitelnosti. Výtěžek emise bude určen na refinancování reálných projektů společností, které samy důsledně aplikují principy ESG a které přijaly strategii ke snižování své uhlíkové stopy. Vybrané projekty, na jejichž financování se ČSOB aktivně podílí, a které slouží jako podkladové aktivum, splňují nejprísnejší normu EU Taxonomy, nebo mají certifikaci LEED Platinum nebo BREEAM

Excellent, a patří tak ke špičkám na trhu nemovitostí. „Vydání těchto zelených dluhopisů je další příklad závazku ČSOB k podpoře udržitelnosti, snižování uhlíkové stopy a všeobecně k dosažení environmentálně prospěšných cílů. Banka díky této emisi financuje konkrétní zelený projekt a též aktivně nabízí zelenou investici splňující přísná kritéria EU Taxonomie pro retailové investory privátního bankovníctví,“ uzavřela Blanka Beranová, výkonná ředitelka zodpovědná za oblast Udržitelnost v ČSOB. (tz)

Soutěž MANAŽER ROKU a výzkum: šéfové českých firem spoléhají na selský rozum

Již třicet let oceňuje ty, kteří nejlépe řídí podniky i lidi. Soutěž MANAŽER ROKU má dlouhodobě jedinečnou příležitost sledovat, jak se management v České republice vyvíjí. Ze zkušeností pořadatelů soutěže i z aktuálního průzkumu společnosti IPSOS vyplývá, že je třeba stagnující profesi manažera transformovat a přizpůsobit aktuální době. Své o tom vypovídá fakt, že lidé si pod pojmem manažer představí různé pozice, a i samotní manažeři vidí nejvyšší potenciál růstu celé profese v trvalém užívání „selského“ rozumu. Téma letošního ročníku MANAŽERA ROKU jsou proto inovace a využívání technologií.

U zrodu myšlenky oceňovat manažerskou profesi v každoroční soutěži, kterou pořádá Česká manažerská asociace, stál před třiceti také Ivo Gajdoš, dnešní výkonný ředitel České manažerské asociace. „Management je krásný, rozvíjející se obor, ve kterém se skuteční manažeři a manažerky musí neustále vzdělávat. Naším cílem je upozorňovat na výjimečné osobnosti v oboru a zároveň oceňovat jejich přínos. Rádi bychom, aby se této profesi v České republice dařilo a veřejnost si jí vážila,“ řekl.

Právě vnímání profese je rozporuplné. V čerstvém průzkumu společnosti IPSOS se ukázalo, že třetina české populace si této profese neváží. Podle Ivo Gajdoše to souvisí s tím, že význam pojmu manažer není ustálený a je na místě se jím zabývat. „Pod manažerem si někdo představí přepracovaného muže ve fialovém saku, někdo vedoucí v prodejně, jiný pracovníka v agentuře a někdo leadra a vizionáře. Bez toho, abychom chápali, co tato profese obnáší, se ale v managementu v Česku nemůžeme posunout dál,“ dodal Ivo Gajdoš.

Celkem jasno mají ale Češi v tom, jaké vlastnosti by měl manažer mít. Široká veřejnost i samotní manažeři se shodují v tom, že nejdůležitější jsou výborné komunikační schopnosti a umění převzít zodpovědnost. Zajímavostí z nového průzkumu je, že jen 9 % populace řadí vizionářství mezi vlastnosti, které by měl mít dobrý manažer. Naopak samotní manažeři řadí vizionářské schopnosti k nejdůležitějším vedle komunikace, schopnosti vést lidi a zodpovědnosti. „Jsou to právě manažeři, kteří posouvají firmu dále a svými rozhodnutími z nich mohou vytvořit mimořádné společnosti nebo je i naopak kvůli nedostatečným inovacím nechají skomírat,“ popsal fungování oboru Ivo Gajdoš.

Ze zmiňovaného průzkumu vyplývá potřeba změny pro celý obor a jeho posunutí do dynamické, turbulentní dekády. Tato potřeba je především patrná z odpovědí lidí, kteří momentálně manažerskou pozici vykonávají. Více než polovina šéfů si totiž myslí, že manažerskému růstu budoucí i stávající generace nejlépe pomůže trvalé užívání „selského“ rozumu či intenzivnější předávání zkušeností od předcházející generace manažerů. Přitom jen 22 % klade důraz na vyšší užívání digitálních technologií, o 5 % lépe je na tom dlouhodobé vzdělávání v oblasti řízení a managementu v ČR.

„Tyto výsledky ukazují, že jen málo lidí momentálně vykonávající manažerskou pozici považuje sledování moderních trendů a znalost managementu ve světě za klíčové. Přitom rozvoj oboru je vedle průběžného vzdělávání na prvním místě skoro v každé profesi. Proto jsme také jako téma jubilejního 30. ročníku soutěže MANAŽER ROKU zvolili inovace a využití moderních technologií, bez kterých se obor v Česku opravdu nepohne dál a naše firmy nebudou schopny obstát v mezinárodní konkurenci,“ vysvětlil Ivo Gajdoš.

Do soutěže jsou každoročně nominovány stovky lidí, ale do užšího výběru se na základě

hodnotících kritérií dostávají desítky. Měřítka se přitom proměňují v reakci na vývoj oboru i společnosti. Letos v září zvítězí v každé z deseti kategorií ten či ta s nejlepším výsledkem v oblasti přínosu kandidáta pro rozvoj firmy, zlepšování managementu, včetně motivace lidí, vytváření trvale udržitelné budoucnosti a strategického plánování.

Ocenění během třiceti let získala řada osobností, mezi nimi například Daniel Beneš ze společnosti ČEZ, Zuzana Ceralová Petrofová řídící PETROF nebo Jan Juchelka z Komerční banky. Často se poté společensky zapojují do oborových akcí, sdílejí své zkušenosti nebo se dále navzájem vzdělávají a využívají možnosti navázat nové businessové kontakty. V soutěži se i po získání titulu také zapojují jako ambasadoři. Třicátý ročník má tak pod patronátem MANAŽER ROKU 2021 a CFO technologické firmy Beneš a Lát Jan Lát a MANAŽERKA ROKU 2019 Hana Šmejkalová.

Kdo zvítězí v jubilejním 30. ročníku a získá ocenění, bude jasné na slavnostním vyhlášení 20. září 2023 v Praze. Ještě do června je možné nominovat kandidáty. Pokud nominaci přijmou, mohou během léta představit své výsledky, vlastnosti a dovednosti hodnotitelským komisím. (tz)

Žiji s týmy jejich příběhy a hledám ta nejlepší řešení

dokončení ze strany 1

Všichni manažeři by si měli uvědomit, že mezilidské vztahy a pracovní atmosféra ovlivňují nejen zaměstnance samotné. Působí na obchodní partnery, a hlavně na zákazníky. A proto je nutné dbát o vzájemnou interakci. Protože bez pochopení smyslu celé záležitosti každým ze zaměstnanců – od vrcholového manažera po vrátného – buduje k posunu ani uvnitř firmy, ale ani v obrazu vaší společnosti navenek.

Do popředí se dostává práce s talenty. Co to ale vlastně je?

Uvedu vám příklad, kdy jsem dostala zadání od vedení firmy v rámci již probíhajícího tréninkového plánu: Najděte lidskost u našeho klíčového pracovníka, který je velmi precizní, po odborné stránce na velmi vysoké úrovni, nicméně... Tomuto jedinci jsem se věnovala na míru v rámci one-to-one coachingů, a v tuto chvíli, přesně po třech měsících, můžeme konstatovat, že se probudilo v jedinci kouzlo empatie, porozumění, týmovosti, kdy byl odbourán stres, tlak, nervozita a chyby.

Každý z nás je nositelem specifických talentů a schopností. Některé vlastnosti máme již vrozené, další získáváme. Samotné nadání však zdaleka nestačí, pokud do jeho rozvoje neinvestujeme dostatek času a energie. Každá firma má svůj potenciál a záleží jen na vás, do jaké míry tohoto potenciálu využijete. Na první pohled nic neříkající a otřepaná fráze má své reálné základy, na které je možné si ukázat, a i v této rovině se svým businessem pracovat. Sladění talentu s úkoly přináší konkurenční výhodu. Každý jedinec ve společnosti tak může co nejlépe využít svůj talent, ať už je jakýkoli.

Talent Management se může stát globální filozofií, která je klíčovou součástí podpory každého z prvků obchodní strategie společnosti. Talent Management umožňuje manažerům společnosti angažovat a motivovat zaměstnance v celé organizaci. Talent Management je neustálý proces, který zahrnuje přilákání a udržení vysoce kvalitních zaměstnanců, rozvoj jejich dovedností a neustálou motivaci ke zlepšování jejich výkonu. Talent Management přirozeně zahrnuje mnoho odpovědností HR. Nestačí však očekávat, že právě díky tomu, že máte personální oddělení, řídíte talent. Abyste dosáhli optimálních výsledků, musíte mít zavedenou strate-



gii řízení talentů navrženou právě pro vaši společnost.

Porozumět člověku není jednoduché, rozpoznat, v čem je výjimečný, je ještě složitější. Vy to ale dokážete...

Moje práce je o naslouchání, vnímání, respektu a také trpělivosti. Navenek lze učinit řadu změn, které signalizují posuny firemní kultury. Přeměna lidí, jejich každodenní žádoucí vystupování, jednání, prezentace profesionálního přístupu, uznávání hodnot je časově velmi náročná. Firemní kultura ovlivňuje chování lidí a zrcadlí jejich skryté názory o tom, co považují za správné, či nesprávné.

Ale je to asi náročné na čas.

Já jsem vsadila na to, že žiji s lidmi z firem a organizací jejich příběhy, a to nám všem přináší kyselé ovoce. Stávám se součástí jejich týmů, spolupracuji s nimi, zajímám se o jejich pracovní záležitosti. A je jedno, zda jsem např. v trupu letadla, u operace plíce, či na traktoru. Anebo klasicky v obchodním týmu. Jsem tam, kde je potřeba. Ve své praxi využívám metodu Learning by Doing, tzn. že s jedinci pracuji na míru, vytvářím jim prostředí, ve kterém se budou cítit dobře a ve kterém jsou schopni vlastního rozvoje.

Na jakých principech stavíte své interim působení? Co je třeba si s klientem vyjasnit, než se pustíte do práce?

Mými principy jsou: otevřenost, autentičnost, důvěra. Určitě je to o zadání. Mezi nejčastější zadání patří nastavit procesy ve firmě, věnovat

se hospodaření, a v neposlední řadě také práci s lidmi, kde se jako odborník zabírám každým jedincem tak, abychom společnými silami docílili očekávaného výsledku. Mým cílem je propojení oblasti Working Capital Management a Human Capital Management v jeden celek. Aby procesy fungovaly dobře, musíte mít správné zdroje pro implementaci těchto procesů. Tedy strategii, čísla, hospodaření, dril down a na druhé straně v Human Capital oblasti to je HR, ona práce s talenty, kde objevuje skrytý potenciál, nastavuje procesy, a to jak obchodní, podporné, HR a realizační, včetně Controllingu a evaluaci.

Aktuálně působím například v pozici kombinace External Executive Director of HR/Interim Director v jedné obchodní firmě, kterou čeká velká kontrola v rámci nezbytného legislativního procesu. Moji náplní bylo nejprve pracovat s týmem, kdy jsem vytvořila inspirativní prostředí, kde se zaměstnanci nebojí sdílet své myšlenky, náměty, podněty a nápady, a kde jim jejich práce dává smysl. Všichni si uvědomili, že mezilidské vztahy a pracovní atmosféra se dotýkají nejen zaměstnanců samotných. Nastavila se tím atmosféra k důkladné přípravě na očekávanou kontrolu.

Ve firmě se zabývám jak HR, tak i mou druhou oblíbenou oblastí, a to Working Capital, kdy připravuji Sustainable Business Performance, Zprávu o transparentnosti, Intelligence Risk Management-Enterprise Risk Management, kompletní zpracování GDPR dokumentů, audit vnitřního kontrolního systému, KPI Process, a pak i HR analýzy, kde využívám sociogramů a sociometrik pro co nejpřesnější výsledky.

Potěšila vás nějaká reference v poslední době?

Třeba tato: „Simona je unikátní v tom, že neřídí jen svoji firmu. Působí v několika pozicích a formách jako externí interim manažer – External Executive Director of Human Resources, také jako External Interim Director nebo jako Learning, Talent, Communication, Process & Development Specialist. Její hlavní odborná

specializace je Interim & Talent Management. V této oblasti jsem měl možnost zažít její práci i v našich několika firmách, a to jak v oblasti business sféry, korporátní klientely, zdravotnictví, hotelierství, a vím také, že dokáže pomoci i menším rodinným firmám, včetně těch výrobních. Jejím rukama projdou tisíce osob za rok. Každému se věnuje individuálně. Rozvoj talentů v jejím podání znamenal pro stovky firem zásadní posun v přístupu a práci se zaměstnanci a při tvorbě firemní kultury. Simonin přesah do příbuzných (a pro specialistu tohoto zaměření i potřebných) oborů, jako je psychologie, komunikace, a především Talent Management a Growth Mindset odlišuje její práci od běžných HR specialistů. Díky tomu můžu na firemních pracovištích tvořit zdravou a silnou firemní kulturu. Více než dvacetiletá úspěšná kariéra

v tomto zaměření je toho důkazem. Simona je v manažerském světě úžasná anomálie. Dokázala zkombinovat na první pohled nemožné – obrovskou energii a entuziasmus, dlouholetou praxí ověřenou odbornost a upřímnou autentickou emoci. Měl jsem možnost zažít ji jako

přednášejícího, jako business konzultanta, i jako korporátního interim manažera a několikrát i jako výkonnou ředitelku HR oddělení. Hledáte-li člověka, který vám rozbije vaše zatvřené formální představy o středním a vrcholovém managementu a zároveň se stane součástí vaší firmy, Simona je ten člověk. Je pro mne pocta moci s ní pracovat na našich společných projektech a posouvat i naše týmy vpřed díky jejímu úžasnému nasazení.“

Otvírají se před vámi další projekty?

Většina nových projektů se rozjede na začátku roku 2024 s tím, že se subjekty již nyní máme domluveny kompletní tréninkové plány. Ti, co mají zájem se s námi zapojit, nechť mě kontaktují zavčas. Také International Expert Business Board^{SimyCo®} ve spolupráci s Klubem vzdělávání České manažerské asociace připravuje od podzimu vzdělávací tour nejen pro členy.

ptala se Eva Brixí

Česku chybí zdravotnické startupy

Jen zhruba 7 % startupů v Česku se věnuje zdravotnictví. Jejich rozvoj komplikuje složitá financování ve zdravotnictví, ale i nevole Čechů si za zdravotní péči připlácet.

V ČR chybí v tomto segmentu nové technologie a inovace, jako je např. umělá inteligence nebo telemedicina. Podle odborníků ze startupového akceleračního fondu zaměřujícího se na udržitelnost a zdravotnictví by přitom Česko mohlo být ideálním inkubátorem oborových inovací – nabízí kombinaci špičkového zdravotního systému, kvalifikovaných IT odborníků a nízkých nákladů na výzkum a vývoj.

Se 4% podílem na celkovém objemu zainvestovaného kapitálu v regionu CEE jsou startupy z oblasti zdravotnictví v těchto zemích srovnatelné se sektory gamingu nebo marketingu. V globálním měřítku přitom odvětví health-tech tvoří mnohem významnější část startupového trhu. Celoevropský průměr činí až 19 %. Oproti tomu v České republice se v letech 2019 a 2020 věnovalo odvětvím Medtech a Health-Care jen 7 % všech startupů.

„Segment zdravotnických startupů je ve střední Evropě dlouhodobě silně podkapitalizovaný. S hodnotou 500 000 eur má nejnižší medián financování na startup v Evropě. Pro představení, ve Velké Británii činí mediánová částka financování na startup v oblasti digitálního zdraví 12,3 miliónu eur, ve Francii je to 9,4 miliónu eur a v regionu DACH kolem 8,7 miliónu eur,“ upozornil Hynek Sochor, zakladatel startupového akceleračního SoulmatesVentures. V kontextu Ev-

ropy je největší zájem o on-demand care, zejména poskytování telemedicínských služeb a technologií kombinujících online a offline prvky.

Ideální prostředí pro health-tech startupy

Ačkoliv je české zdravotnictví dlouhodobě hodnoceno jako jedno z nejlepších na světě, v oblasti inovací má stále velký potenciál pro zlepšení. V roce 2020 se Česká republika umístila v rámci World Index of Healthcare Innovation v oblasti vědy a technologických inovací až na 24. příčce. Za ostatními zeměmi zaostáváme zejména v oblasti lékařských pokroků a objevů. Kvůli chybějícím výzkumným a vývojovým kapacitám napříč zdravotnictvím a akademickou sférou je tak v současné době rovněž nutné spoléhat na import moderních zdravotnických přístrojů ze zahraničí, a to v celkovém objemu až jedné miliardy eur ročně. Nejčastěji se dovážejí elektrolékařské přístroje.

„Nejlepší příležitosti na trhu existují pro špičkové, vysoce kvalitní a technicky vyspělé zdravotnické vybavení. Jde zejména o projekty, které zvyšují efektivitu poskytované péče a snižují obsazenost nemocnic. Největší potenciál mají v současné době technologie pro minimálně invazivní chirurgii, systémy pro monitorování pacientů, nebo zařízení a pomůcky pro domácí péči a oblast telemedicíny a digitálního zdravotnictví,“ upřesnil Hynek Sochor.

Digitalizace jako odpověď na problémy s kapacitami

Health-techové startupy by mohly přinést důležité inovace i do dalších oblastí, které se dlouhodobě nedaří uspokojivě rozvíjet, například nástroje digitálního a distančního zdravotnictví,

včetně elektronických zdravotních záznamů. „Pro vznik projektů v rámci health-tech sektoru panují v Česku ideální podmínky podpořené kombinací špičkového zdravotnictví, dostatkem kvalifikovaných IT odborníků a stále ještě rozumných nákladů na výzkum, vývoj a klinické testování. Dobře dostupné jsou zde i certifikace dle mezinárodních standardů,“ komentoval situaci Hynek Sochor, a pokračoval: „Snažíme se najít v projektech takové přidané hodnoty, díky kterým by startup dokázal oslovit i tuzemský trh samoplátců. Pokud dokáže uspět v tomto ohledu, má zpravidla obrovský potenciál úspěchu i na klíčových trzích v zahraničí, kde je segment samoplátců výrazně silnější.“

S rozvojem pomáhají akcelerační centra

Navzdory potenciálu tuzemského trhu může být rozvoj startupu v mnohých ohledech výzvou. Klíčová je například domluva s pojišťovnami ohledně úhrad služeb a produktů. V této fázi může businessu výrazně napomoci expertiza a komplexní podpora investičních akceleračních center. „Ačkoliv může být cesta v health-techu složitější než v jiných segmentech, určitě není nemožná. V posledních letech jsme pomohli etablovat hned několik úspěšných startupů, které v současnosti již na trhu nabízejí své produkty,“ řekl Václav Gregor, partner a CEO v SoulmatesVentures. Jako příklad uvádí platformu VOS.health, jejíž zakladatel se probojoval do prestižního žebříčku Forbes 30 pod 30.

V roce 2021 investovali Soulmates Ventures do společnosti zabývající se vývojem technologií a metod neinvazivní neuromodulace, která je nyní známa pod jménem Stimvia. Koncem

roku 2022 z projektu exitovali. Letos vložil akcelerační centrum také více než jeden milión eur do startupu VOS.health, jehož aplikace pomáhá uživatelům monitorovat jejich náladu a překonávat psychicky náročné situace. Výkonný ředitel akceleračního centra Václav Gregor přitom dodal, že investice jejich zapojení v projektech nekončí. „Klientům pomáháme například také s budováním značky, finančním řízením, tvorbou business modelu a go-to-market strategií nebo s externí komunikací. Každý projekt je jiný a nachází se v odlišné vývojové fázi: vždy se proto ke startupu snažíme přistupovat individuálně a poskytovat mu podporu v oblastech, kde to zrovna potřebuje,“ vysvětlil Václav Gregor.

O Soulmates Ventures

Soulmates Ventures je akcelerační centrum a venture kapitálová společnost soustředící se na udržitelné a profitabilní technologické inovace. Spolu s designovým studiem pro rozvoj značek Made by Soulmates a udržitelným inkubátorem Green Innovation Academy tvoří ekosystém pro udržitelnou budoucnost. Soulmates Ventures vyhledává inovativní projekty, které pomocí strategických partnerství, individuálních akceleračních programů a poskytování finančních investic ve výši do jednoho miliónu eur pro každý vybraný projekt, posouvají z fáze ověřeného MVP do rostoucího a škálovatelného businessu s potenciálem úspěchu na globálním trhu. Soulmates Ventures se soustředí na oblasti vzduchu, vody, energie, mobility, vzdělání, zdraví, potravinářství a zemědělství a cirkulární ekonomiky. Společnost založil Hynek Sochor a řídí ji spolu s Václavem Gregorem. (tz)

Call centra Conectart testují ChatGPT na zákaznické lince

Největší tuzemský provozovatel kontaktních center, společnost Conectart, testuje jako jedna z prvních společností na světě implementaci jazykového modelu GPT-3.5. Potenciál umělé inteligence hodlá Conectart využít k zefektivnění zákaznické péče na několika kanálech zákaznické podpory, včetně informační linky.

Jedna z prvních firem na světě, která integrovala ChatGPT do svého řešení pro kontaktní centra, je společnost Daktele. Díky partnerství kontaktního centra Conectart se společností Daktele je

tento jazykový model nyní implementován právě v Česku na zákaznické lince klienta z oblasti technologií. „V ChatGPT vidíme skvělý nástroj ke zlepšení komunikace a k rychlejšímu odbavení zákaznických požadavků. Tato nejnovější technologie uvolní operátorům zhruba až 30 % jejich kapacit. Jde zatím o zkušební proces. Výsledky spolupráce naznačí, jak velký potenciál ChatGPT pro call centra má,“ sdělil Petr Studnička, generální ředitel společnosti Conectart a dodal: „Díky implementaci jazykového modelu do našeho řešení Daktele jsme v čele inovací nejen v rámci českého, ale i globálního trhu.“ Systém bude připravovat rychlé souhrny jed-

notlivých konverzací. Během několika vteřin tak operátor zjistí, jaké záležitosti s kontaktním centrem zákazník v minulosti řešil. Dále bude vytvářet návrh odpovědi v rámci e-mailové komunikace nebo zpětnou vazbu na operátorovu práci, v čemž je už nyní objektivně přesnější než živý hodnotitel.

Nejnovější technologie ChatGPT rozumí přirozenému českému jazyku na vysoké úrovni, což má vést k časové úspoře při zpracování zákaznických požadavků. To však neznamená regulaci počtu operátorů. Jejich práce se pouze přizpůsobí novým podmínkám. Jejich volné kapacity tak budou k dispozici pro větší množství

projektů, na kterých budou odbavovat interakce, jež nedokáže vyřešit umělá inteligence.

Pro Conectart je to další stupeň spolupráce s českou společností Daktele. V rámci jednoho ze svých projektů nasadila společnost Conectart unikátní software Daktele Workforce Optimization, který dokáže ideálně namodelovat plán směn a předpovídat budoucí provoz s přesností převyšující 90 %. Speciálně vyvinutá aplikace zohledňuje osobní požadavky agentů, personální pravidla, a mnoho dalších faktorů potřebných k vytvoření efektivního plánu směn. Celý systém řídí práci operátorů na základě komplexního predikčního modelu. (tz)

INZERCE

KRALUJ SILNICÍM



Každý, kdo jezdí bezpečně, si zaslouží odměnu. S naším Autopojištěním NAMÍRU můžete **ušetřit až 40 % pojistného**. Informace o svých jízdách uvidíte přehledně v aplikaci KOOPILLOT, kde najdete i na jakou odměnu máte zrovna nárok.

Více informací na www.koop.cz/koopilot


Kooperativa
VIENNA INSURANCE GROUP

Pro život, jaký je

Až desítky tisíc korun měsíčně e-shopům ušetří optimalizace nákladů

Obzvláště v době stagnující e-commerce a trvající vysoké inflace hledají majitelé internetových obchodů způsoby, jak snížit náklady na provoz a zvýšit své zisky. Už samotný výběr e-shopového řešení je dokáže snížit z desítek tisíc na jednotky měsíčně. Jedním z důležitých faktorů pro zvýšení obrátu jsou automatizované e-maily, které se na něm mohou podílet až z 20 %. Nákup stávajícího zákazníka přitom vyjde e-shop desetkrát levněji než získání nového. Podle analýzy předního dodavatele e-shopových řešení, společnosti Upgates, by se pak trh elektronické komerce mohl dočkat oživení již v tomto kvartále.

Česká e-commerce zažívá nejspíše největší zkoušku za poslední roky. Ve světle ekonomické nejistoty e-shopaři hledají způsoby, jak se se situací vyrovnat. Univerzální recept na internetový úspěch neexistuje, přesto lze aplikovat několik rad, díky nimž podnikatelé upevní svou pozici na trhu a krizi ustojí.

Nepřeplácejte za základní funkce

Výši většiny nákladů pochopitelně není snadné ovlivnit, nicméně zvýšenou pozornost by podnikatelé měli věnovat nákladům vedlejším. Mezi ně patří peníze za provoz samotného e-shopu. „Vyplatí se zkontrolovat, zda e-shopové platformě podnikatel neplatí více, než je nutné. Oblíbenou praktikou jsou především příplatky za funkce, které by se daly považovat za základní výbavu plnohodnotného e-shopu,“ upozornil Martin Pech, obchodní ředitel společnosti Upgates. Standardními funkcemi přitom mohou být funkce jako hodnocení produktu, porovnání produktů, propojení na sociální sítě,

platební brány, akce typu 2+1 a podobně. Změna e-shopového řešení přitom může znamenat úsporu v řádu desítek tisíc měsíčně a majitel internetového obchodu dokáže snížit provozní výdaje na jednotky tisíc.

Neoddělitelnou součástí moderního e-shopu jsou také další rozšiřující nástroje, ať už marketingové, analytické, či účetní. Jejich přínos by měl převažovat nad náklady. „Stejně tak nebude od věci podívat se na částky, které dnes platíte platební bráně a dopravcům. Je dost možné, že od jiné společnosti získáte výhodnější nabídku,“ dodal Martin Pech.

Také Alice Vránová ze společnosti Beavia z e-shopu ilovekimi.cz poukazuje na příležitosti k úspoře nákladů: „Nebyli jsme nuceni snižovat náklady, nicméně stále revidujeme oblasti, kde to lze, například palety či přepravky. Měsíční náklady pečlivě sledujeme a k pravidelnému monitoringu zařazujeme oblast pohledávek. V posledních měsících totiž i velcí hráči na trhu bohužel platí opožděně.“

Vyčnívejte nad konkurencí

Český e-commerce trh patří minimálně v regionu střední Evropy mezi ty nejvíce konkurenční. Úspěch přeje těm, kteří nad svými konkurenty vyčnívají a dokážou své zákazníky zaujmout. Většina z nich se totiž rozhodne pro nákup na základě vzhledu e-shopu, jednoduchosti nákupu či optimalizaci pro mobilní zařízení. „Mnoho českých e-shopů využívá šablony, které lze přizpůsobit jen velmi omezeně. Když e-shopy vypadají jeden jako druhý, šance zaujmout náročného zákazníka klesá. E-shopaři by měli hledat řešení, které jim v tomto ohledu uvolní ruce a nebude business omezovat v růstu ani v ostatních aspektech,“ doporučil Martin Pech.



Za pětinou obrátu stojí e-mailová automatizace

Boj o internetového zákazníka je v současné době ještě vyostřenější než dříve. Mnoho z nich očekává, že od prodejce dostane něco navíc. Může jít o slevu k prvnímu nákupu, zvýhodněný set produktů, dárek a podobně. O zkušenosti se slevami se rozdělila také Alice Vránová: „Nejčastěji využíváme procentuální slevy na celkový nákup, přičemž jsme vyzorovali, že slevy nad 20 % mají smysl, na nižší už zákazníci příliš neslyší. Dále zahrnujeme akce na dopravu zdarma. Ta je velmi oblíbená zejména po růstu cen dopravného od začátku roku, kdy jsme byli donuceni situací na trhu navýšit cenu pro konečného zákazníka.“

Martin Pech přitom upozornil, že právě teď nastal čas dát šanci taktice zajímavých nabídek. „Je lepší začít v menším měřítku, které umožní změřit úspěšnost a rentabilitu těchto kampaní. Nástroje pro automatizaci e-mailů mohou zajistit až 20 % obrátu, protože velmi efektivně přimějí k opakovanému nákupu,“ poradil Martin Pech.

S vhodným nástrojem tedy lze konkrétnímu zákazníkovi zaslat v pravou chvíli přesně ty produkty, u kterých je největší šance pro opě-

tvorný nákup. Jako typický příklad uvádí Martin Pech situaci, kdy si zákazník koupí kávovar, u kterého je doporučeno po půl roce vyměnit filtr. Po pěti a půl měsících obdrží e-mail s nabídkou filtrů přesně pro svůj kávovar. Aktivita podporující opětovný nákup stávajícího zákazníka přitom mohou být až desetkrát levnější při porovnání s náklady na získání nového.

Běžte oživení e-commerce naproti

Podle nedávné analýzy internetového srovnávače Heureka.cz z prvního čtvrtletí letošního roku poklesl meziroční obrát českých e-shopů o 13 %. Nadcházející letní sezóna by však trh měla více oživit. „Lidé jsou na internetové nakupování díky celkové výhodnosti zvyklí. Vrátil se k němu možná ještě dříve, než by se teď mohlo zdát. Situace se bude postupně zlepšovat a růst opět nabere na dynamice,“ doplnil svou prognózu Martin Pech. Podle něj lze další oživení očekávat u typicky sezónního zboží, které souvisí s nástupem teplejšího počasí. Ať už jde o grily, zahradní doplňky, potřeby pro venkovní sporty a podobně. Později pak plavky, vybavení k bazénům a produkty, které souvisejí s dovolenými. (tz)

Konica Minolta zjednodušuje podnikatelům využívání datových schránek

Automatické stahování dokumentů, vyšší zabezpečení, přiřazování práv uživatelům nebo kontrola vyřízení agendy. Inovace Konica Minolta umožňuje propojit datové schránky se systémy pro správu digitálních dokumentů M-Files, a zefektivnit tím jejich zpracování. Novou technologii vyvinuli čeští programátoři Konica Minolta přímo na míru požadavkům a legislativním podmínkám českého trhu.

„Reagujeme na změny související s využíváním datových schránek, které se od letošního roku stalo pro podnikatele povinností. Nová funkce umožní například automatické stahování zpráv z datových schránek přímo do M-Files. Naši zákazníci se tak nemusí obávat, že jim důležitý dokument unikne nebo že zůstane nevyřízený. V M-Files si mohou nastavit přístupy, zodpo-

vědnost či kontrolu vyřízení dané agendy, aniž by museli dávat přístupy k samotné datové schránce desítkám zaměstnanců,“ řekl Petr Atanasčev, ředitel produktového marketingu Konica Minolta Business Solutions Czech.

Typickým příkladem využití je podle Konica Minolta pokuta za rychlost, která přijde do datové schránky. Zodpovědná osoba ji společně

s termínem vyřízení přiřadí v rámci M-Files manažerovi správy vozového parku, který ji provede a sjedná nápravu. Zjistí například, který zaměstnanec překročil povolenou rychlost, a zajistí uhrazení pokuty. Systém zároveň automaticky hlídá vyřízení dokumentů, upozorňuje například na blízkost termínu splatnosti a pomáhá předcházet upomínkám či sankcím z prodlení.

Konica Minolta upozorňuje na násobný nárůst komunikace prostřednictvím datových schránek, která zahrnuje rozličnou agendu a vyžaduje zapojení mnoha zaměstnanců. „Doposud měl k datové schránce ve firmě nejčastěji přístup jen jednatel a finanční ředitel. Nešvarem současnosti se stalo rozdávat přístupy kolegům

jako na běžícím pásu, jen aby se rostoucí agenda stihla vyřídit. S tím ale vznikají problémy se zastupitelností zaměstnanců, nedostatečnou evidencí aktivit a potřebou manuálního stahování a zpracování,“ upozornil Petr Atanasčev.

S využitím nového nástroje pro datové schránky od Konica Minolta jsou všechny příchozí zprávy automaticky staženy do M-Files a přiřazeny zodpovědným osobám. Ty si pak mohou zobrazovat příslušné dokumenty odkudkoli, například i na mobilním telefonu. V M-Files jsou dokumenty také archivovány, čímž odpadá potenciální nepřijemnost spojené s automatickým mazáním v datových schránkách po 90 dnech. (tz)

Jídlo válčuje sociální sítě, lidé food příspěvky milují

Food příspěvky vládnu sociálním sítím.

Dle nedávného průzkumu lidé sledují v průměru deset food profilů a tři čtvrtiny dostávají okamžitou chuť na jídlo, které na sítích uvidí. Trendy v jídle na sociálních platformách silně rezonují – a 77 % lidí přiznává Foodmo, tedy strach, že tyto žhavé food novinky přemohou. Odborníci ale varují před slepým následováním trendů v jídelch a nebezpečnými doporučeními.

Příspěvky o jídle a vaření na sociálních sítích dominují. Podle nedávného průzkumu provedeného mezi 2000 respondenty, který zpracovala agentura OnePoll pro společnost Envy Apples, sledují lidé na sociálních sítích průměrně deset profilů souvisejících s jídlem. A jakmile se příspěvky o jídle na sociálních platformách objeví, 75 % respondentů na pokrmy okamžitě

dostane chuť. Zhruba dvě třetiny lidí by si dokonce rády vyzkoušely roli food influencera, pokud by se jim k tomu naskytla příležitost. Touha sdílet na sítích informace o pokrmech, které připravili, pak respondenty popadá průměrně šestkrát do měsíce. Z průzkumu navíc vyplývá nový trend – fanoušci food a gastro profilů mají strach, že o něco přijdou.



Pojem FOMO (z anglického Fear of missing out) je se sociálními sítěmi spojen už poměrně dlouho a nyní se ukazuje, že jídlo, přesněji řečeno nové trendy ohledně jídla, jej vyvolávají poměrně silně. K Foodmo – obavám, že lidé „prošvihnou“ nejžhavější trendy v jídle – se dle průzkumu přiznává celých 77 % respondentů. „Chuť je pro lidi velmi důležitá, proto je FOMO v této rovině opravdu reálné,“ řekla k výsledkům průzkumu Cecilia Flores Paez ze společnosti Envy Apples.

Dle průzkumu lidé bojují proti Foodmo pomocí receptů, na které v online světě narazí, a to průměrně čtyřikrát měsíčně. Necelá polovina lidí (48 %) pak nejráději sleduje amatérské kuchaře a food influencerů. A právě v tom experti spatřují problém. Mnohdy neoborné rady influencerů můžou poškodit zdraví člověka.

Díky sociálním platformám tak lidé poznávají nové chutě, cizí kuchyně nebo nové metody

přípravy pokrmů. Přestože je zkoušení trendy online receptů lákavé, odborníci varují před mýty a špatnými radami o výživě od influencerů, kteří nemají odbornou kvalifikaci a vzdělání.

„Vysoká sledovanost influencerů není v žádném případě náhradou odborné kvalifikace a vysokoškolského vzdělání v oboru výživy. Influenceri působící v oblasti zdraví představují největší nebezpečí. Mají totiž obrovský vliv na nezletilé publikum, které má tendence brát prezentované informace automaticky jako ověřené. Mladí lidé jsou navíc náchylnější k různým poruchám příjmu potravy,“ varovala Jitka Dokoupilová, nutriční poradkyně ze společnosti NutritionPro, která lidem sestavuje krabičkovou dietu na míru. „Lidé by si proto měli dát velký pozor, od koho přijímají rady o výživě a zdravém stravování. Základ je ověřovat si prezentované informace a komunikovat či radit se s odborníky,“ uzavřela. (tz)

Ojetiny Kia s jistotou ve značkovém programu

Ne vždy potřebuje firma, živnostník nebo začínající motorista nové auto. Z řady důvodů je pro něj výhodnější koupit si takové, které už někomu sloužilo a sloužit ještě dobře může. O ojetiny je stále poměrně velký zájem. Jak se snaží vyjít zákazníkům vstříc značka Kia na českém trhu, o tom jsem hovořila s Martinem Králíčkem, vedoucím obchodního oddělení Kia Czech s.r.o.:

Ojetá auta, zánovní vozy, testovací modely, o ty je již delší dobu značný zájem. Podle určitých odhadů budou v centru pozornosti zejména ta na prvním místě jmenovaná. Proč ale právě ojetiny?

Zvýšený zájem o výše uvedené skupiny vozů byl akcelerován převážně nedostatkem nových na trhu během pandemie koronaviru. Ačkoliv byla značka Kia tímto výpadkem zasažena pouze minimálně, větší poptávku po ojetých vozech jsme zaznamenali také. Nejvyšší zájem jsme evidovali o ojeté vozy se stářím v rozpětí od dvou do pěti let. Hlavními benefity těchto aut je nižší cena než v případě zcela nových, a dostatečně dlouhá zůstatková záruka.

Značka Kia právě s ohledem na poptávku po těchto automobilech připravila nový projekt. Co zákazníkům přinese?

Zkraje roku 2023 jsme spustili nový značkový program na prodej ojetých vozů s názvem Kia Certifikované vozy, který nahrazuje předchá-

zející produkt Kia Ojeté vozy tři až šest let záruky. Nový program klientům přináší jistotu tovární záruky s minimální délkou dva roky, prověřenou servisní historií vozu, skutečný stav najetých kilometrů, bezzávadnost auta a jistotu, že nebylo v minulosti nabouráno a neodborně opraveno. Součástí každého vozu jsou také komplexní asistenční služby po dobu nejméně dvou let. Zákazník může využít i nabídku různých forem financování přesně na míru svým potřebám a výkup stávajícího vozu. Samozřejmostí je bezplatná servisní prohlídka po najetí 2000 km nebo do jednoho měsíce od předání vozu.

O jaké modely mají zájem firmy a o jaké běžný spotřebitel?

Nejprodávanějším modelem obou skupin zákazníků je model Ceed, který nabízíme ve čtyřech karosářských variantách a který se vyrábí na Slovensku. Klíčovou verzí je pak prodloužená varianta Sportswagon, která v loňském roce tvořila v rámci celkových prodejů značky 32% podíl. Firemní zákazníci se dále zajímají i o SUV Sportage a elektrické modely Niro EV a EV6. Model Sportage vyhledávají také koncoví zákazníci, kteří v posledních letech projevují vysoký zájem i o crossover Stonic.

Zvyšuje se poptávka také v souvislosti s blížící se normou Euro 7?

V současné chvíli nevidujeme zvýšený zájem nebo nějakou formu předzásobení se aktuální



Martin Králíček, vedoucí obchodního oddělení Kia Czech s.r.o.

modelovou řadou v předstihu před platností emisní normy Euro 7.

Jaké záruky skýtají vaše ojeté vozy, čeho se zájemci rozhodně nemusí obávat?

Ojeté vozy v rámci programu Certifikované vozy Kia jsou kryty poměrnou částí naší tovární sedmileté záruky, a to minimálně v délce dvou let, mají prověřenou servisní historii, kompletní evidenci najetých kilometrů a bezvadný stav.

Bude muset kupující splnit nějaká kritéria pro to, aby měl určité výhody?

Ne, všechny výhody programu Certifikovaných vozů Kia jsou dostupné bez výjimky každému zákazníkovi.

Máte připravené i financování?

Ve spolupráci s naším kaptivním dodavatelem financování máme pro své zákazníky připravený speciální produkt na financování ojetých vozů ve formě úvěru. Naši autorizovaní dealéři ta-

ké nabízejí ocenění a výkup stávajícího vozu na protiúčty za co nejlepších podmínek.

Nekupuje se takové auto rovněž jako druhé do rodiny? Nebo pro nové držitele řídičského průkazu?

Ojetý vůz si zákazníci pořizují za různým účelem. Ojeté automobily jsou nabízeny za výhodnější cenu než vozy úplně nové, a mnozí zákazníci je užívají i jako primární vůz pro zajištění nejnutenější mobility. Samozřejmě existují i zákazníci, kteří ojetý vůz kupují jako druhé auto do rodiny. Často se setkáváme s tím, že tito klienti vybírají většinou vozy z menších segmentů, jako je kompaktní model Rio nebo crossover Stonic.

Dá se předvídat, kolik procent z letošního obrátu firmy budou tvořit prodeje ojetin?

Prodej ojetých a zánovních vozů má na starosti primárně naše autorizovaná dealerská síť, nedokážeme proto přesně vyčíslit, kolik procent obrátu tvoří právě jejich prodej.

otázky připravila Eva Brix



Mimobankovní financování v ČR pokračuje v růstu, meziročně o více než desetinu

Mimobankovní finanční zdroj pro českou ekonomiku stále posiluje, roste financování strojů, zařízení a dopravních prostředků. V prvním čtvrtletí letošního roku poskytly členské společnosti České leasingové a finanční asociace firmám, podnikatelům a spotřebitelům finanční prostředky v objemu 67 miliard korun, což je o 12 % větší objem ve srovnání se stejným obdobím loňského roku. Financování osobních automobilů vzrostlo po chudších letech o pětinu.

V oblasti financování podnikatelských subjektů bylo profinancováno 60 miliard korun (meziročně +12 %). Financování zboží a služeb pro spotřebitele bylo v objemu sedm miliard korun, meziročně téměř +9 %. „Výsledky ČLFA za první čtvrtletí letošního roku jsou povzbudivé. Ukazují mimo jiné, že česká ekonomika je poměrně odolná a černé scénáře o hlubší recesi se

i s přispěním specializovaného financování ne naplňují. Firmy naštěstí nezastavily své investiční aktivity. Například na pořízení strojů a zařízení jsme meziročně poskytli o 15 % více finančních prostředků ve srovnání s loňským rokem. Ještě větší růst, a to o 17 %, zaznamenala oblast dopravních prostředků. Naše členské společnosti čím dál více podporují investiční záměry spojené s úsporou energií a nízkoemisní dopravou,“ uvedl Jaroslav Krutílek, generální tajemník ČLFA.

Na pořízení silničních dopravních prostředků poskytly mimobankovní finanční společnosti za první tři měsíce letošního roku financování v objemu 20 miliard korun (meziročně +17 %). Z toho 13 miliard korun směřovalo k pořízení osobních vozidel (+20 %). Díky financování členských společností ČLFA bylo zakoupeno 14 702 nových osobních vozidel, tedy 26 % ze všech nových osobních vozů prvně registrovaných v ČR za první čtvrtletí letošního roku. Na pořízení strojů a zařízení poskytli čle-

nové ČLFA od ledna do března letošního roku financování v objemu necelých osm miliard korun, meziročně o 15 % více.

Další nárůst zájmu o financování provozu prostřednictvím factoringu (postoupení pohledávek) zaznamenaly factoringové společnosti. Objem prostředků poskytnutých klientům k 31. březnu 2023 dosáhl 32 miliard korun (+8 %). Finanční instituce sdružené v ČLFA poskytly na financování zejména investičních záměrů domácností v prvním čtvrtletí sedm miliard korun (meziročně +9 %). Ke konci prvního čtvrtletí 2023 spravovaly členské společnosti ČLFA 988 000 aktivních leasingových a úvěrových smluv. Pohledávky z těchto smluv dosáhly 270 miliard korun. Česká leasingová a finanční asociace sdružuje 37 členských společností ze sektoru mimobankovního financování. V oblasti podnikatelského financování reprezentují více než 86 % trhu, u spotřebitelského financování je to 86 % trhu. U faktoringu dokonce 97 % trhu. (tz)

ALD dokončilo akvizici společnosti LeasePlan, česká pobočka LeasePlanu ale přejde pod jiného vlastníka

Společnost ALD Automotive oznámila, že úspěšně dokončila akvizici společnosti LeasePlan, jedné z předních světových firem v oblasti správy vozového parku a mobility. Celková výše transakce činila 4,8 miliardy eur. Dokončením akvizice vznikl nový významný globální hráč na poli udržitelné mobility s flotilou čítající 3,3 miliónu automobilů provozovaných po celém světě.

LeasePlan působí od roku 1995 i v České republice, kde je lídrem ve správě firemních autoparků. Tuzemské pobočky se ale dokončená akvizice netýká.

Plánované změny ve vlastnické struktuře mají u nás specifickou podobu. Souhlas Evropské komise s celosvětovou fúzí společností ALD Automotive a LeasePlan byl podmíněn prodejem dceřiných firem v několika zemích, včetně České republiky.

Následným krokem po oznámení akvizice proto bude odprodej určených poboček třetí straně. Zásadní podmínkou pro uskutečnění prodeje, kterou stanovily evropské orgány, je přitom zachování úrovně i rozsahu služeb, které LeasePlan v dotčených zemích poskytuje. Na klienty společnosti, tedy ani na zákazníky v České republice, nebude mít změna vlastníka žádný vliv. (tz)

Rozložení prostředků poskytnutých členy ČLFA za první čtvrtletí roku 2023 podle účelu

	celkový objem v mld. Kč (první čtvrtletí 2023)	celkový objem v mld. Kč (první čtvrtletí 2022)	změna v %
financování podnikatelských investic (finanční a operativní leasing, podnikatelské úvěry, leasing nemovitostí, factoring)	59,98	53,53	+12,2
financování domácností (spotřebitelské úvěry, spotřebitelský leasing)	7,01	6,45	+8,7
celkem	66,99	59,98	+11,8

Jednotná patentová ochrana v Evropě



Tento materiál publikujeme na základě spolupráce s Úřadem průmyslového vlastnictví



foto Shutterstock

Přesně 1. června tohoto roku zahájil svoji činnost Jednotný patentový soud (UPC) a zároveň byl spuštěn celý dlouho očekávaný systém jednotné patentové ochrany (UPP) v Evropě. Od tohoto data vstoupila v platnost Dohoda o Jednotném patentovém soudu¹ (UPCA) a začala se uplatňovat dvě nařízení EU², kterými se zavádí jednotný patent, jenž spolu s Dohodou tvoří tzv. patentový balíček. V platnost rovněž vstoupil sekundární právní rámec Evropské patentové organizace pro jednotný patent, zejména Pravidla týkající se jednotné patentové ochrany, která formálně pověřují Evropský patentový úřad (EPÚ) správou jednotného patentu.

Nový evropský patent s jednotným účinkem doplňuje a posiluje stávající evropský patentový systém, a tím, že umožní získat jednotnou patentovou ochranu ve všech zúčastněných členských státech EU, nabízí zjednodušenou cestu k jednotné a územně široké patentové ochraně, snižuje její náklady, výrazně omezuje administrativní zátěž a zlepšuje úroveň patentové ochrany.

Jednotný patentový soud poskytuje centralizovanou soudní pravomoc pro soudní spory týkající se především porušování a platnosti evropských patentů s jednotným účinkem a evropských patentů s cílem zvýšit právní jistotu týkající se vymáhání těchto patentů a obrany proti neoprávněným nárokům nebo zrušením těchto patentů.

Česká republika dohodu v roce 2012 podepsala, ale na základě závěrů Studie o dopadech případného zavedení patentového balíčku na ČR z roku 2017 s ratifikací zatím vyčkává.

Co to znamená pro naše uživatele?

Ačkoliv Česká republika Dohodu o Jednotném patentovém soudu zatím neratifikovala, neznamená to, že by tím naši uživatelé přišli o možnost získat jednotný patent nebo že by se na ně případně nemohla vztahovat pravomoc Jednotného patentového soudu.

Jednotná patentová ochrana

Při rozhodování o volbě vhodné patentové ochrany v Evropě kromě již známých možností ochrany národní cestou v jednotlivých státech a „klasickým“ evropským patentem nově přibývá i českým uživatelům na výběr také evropský patent s jednotným účinkem (jednotný patent). Jeho výhodou oproti „klasickému“ evropskému patentu je zejména to, že odpadá nutnost validace v určených státech, v jejímž rámci je nutné u úřadů průmyslového vlastnictví určených států zaplatit poplatek a, až na výjimky, podat překlad patentového spisu do úředního jazyka tohoto státu, a posléze i placení udržovacích poplatků všude tam, kde byl evropský patent validován. Uživatelé mají nyní možnost po udělení evropského patentu podat žádost o jednotný účinek, a následně získat jednotnou ochranu v těch zúčastněných členských státech EU, které již dohodu ratifikovaly. Jednotný patent má jednotnou povahu, což znamená, že poskytuje jednotnou ochranu a má stejný účinek ve všech zúčastněných členských státech. V důsledku toho může být takový patent omezen, převeden nebo zrušen pouze ve vztahu ke všem zúčastněným členským státům. Licenci je však možné poskytnout i jen ve vztahu k území několika států. Jednotným patentem je tedy poměrně snadné získat jednotnou patentovou ochranu pro území těch zúčastněných členských států EU, které dohodu ratifikovaly.

Jednotná patentová ochrana se týká pouze území těch zúčastněných členských států EU, ve kterých nabyla Dohoda o Jednotném patentovém

judu účinnosti ke dni, kdy Evropský patentový úřad zapsal jednotný účinek. Územní působnost uděleného jednotného patentu zůstane stejná po celou dobu jeho platnosti a nerozšiřuje se na další členské státy EU, které dohodu ratifikovaly poté, co Evropský patentový úřad zapsal jeho jednotný účinek, nebo se následně zapojily do posílené spolupráce.

Pro ostatní smluvní státy Evropské patentové úmluvy, kterých se jednotný účinek netýká, zůstává zachován dosavadní režim, je tedy třeba v nich patenty validovat a platit zde národní udržovací poplatky.

Příhlašovatel, který chce získat patentovou ochranu v Evropě, tedy nově může kombinovat jednotný patent s klasickým evropským patentem, který se bude validovat v těch smluvních státech EPC, které nejsou územně zahrnuty do jednotného patentového systému, protože:

1. nejsou členskými státy EU (Albánie, Černá Hora, Island, Lichtenštejnsko, Monako, Norsko, Severní Makedonie, Srbsko, San Marino, Švýcarsko, Turecko, Velká Británie),
2. jsou členskými státy EU, které se neúčastní posílené spolupráce v oblasti jednotné patentové ochrany (Španělsko, Chorvatsko),
3. jsou členskými státy účastnicími se posílené spolupráce, ale nemají dosud ratifikovanou UPCA nebo k ní zatím nepřistoupily (Česká republika, Irsko, Kypr, Maďarsko, Polsko, Rumunsko, Řecko a Slovensko).

Jednotný patent tak sice neplatí na území ČR, uživatelé z ČR však o něj mohou žádat s tím, že udělení jednotný patent se bude týkat území těch zúčastněných členských států EU, které dohodu ratifikovaly. K 1. červnu 2023 jde o Rakousko, Belgie, Bulharsko, Dánsko, Estonsko, Finsko, Francii, Německo, Itálii, Lotyšsko, Litvu, Lucembursko, Maltu, Nizozemsko, Portugalsko, Slovinsko a Švédsko.

Podání žádosti o jednotný účinek není zpoplatněno. Za udržování jednotného patentu se platí pouze jeden poplatek, a to přímo Evropskému patentovému úřadu. Udržovací poplatek za evropský patent s jednotným účinkem je stanoven ve výši součtu udržovacích poplatků ve čtyřech smluvních státech Evropské patentové úmluvy s největším počtem validovaných patentů v době dojednávání Dohody o Jednotném patentovém soudu.

Jednotný patent se řídí právem státu, ve kterém má přihlašovatel ke dni podání evropské patentové přihlášky sídlo nebo bydliště nebo který je místem výkonu podnikatelské činnosti tohoto přihlašovatele, pokud se toto místo nachází ve zúčastněném členském státě EU, v němž má patent jednotný účinek. Pokud se toto místo nachází mimo takové státy, udělení jednotný patent se řídí německým právem.

Jednotný patentový soud

Jednotné, a tím i snazší, je nejen získání jednotného patentu, ale zároveň i jeho zrušení. Spory týkající se jednotných patentů, a to ve vztahu

jak k jejich platnosti, tak i k jejich porušování, řeší Jednotný patentový soud. Výlučná pravomoc Jednotného patentového soudu se však vztahuje nejen na evropské patenty s jednotným účinkem, ale i na evropské patenty, validované ve smluvních státech Dohody o jednotném patentovém soudu, pro něž nabyla dohoda platnosti a v nichž je tento patent platný, dodatková ochranná osvědčení vydaná pro výrobky chráněné takovými evropskými patenty a evropské patentové přihlášky s vyznačením smluvních států Dohody o jednotném patentovém soudu, které nebyly vyřízeny ke dni vstupu této dohody v platnost nebo byly podány po tomto dni.

Jednotný patentový soud se skládá ze soudu prvního stupně s ústřední komorou v Paříži a v Mnichově a dalších místních nebo regionálních komor, a z odvolacího soudu se sídlem v Lucemburku. Ústřední komora má pravomoc rozhodovat v řízeních o zrušení a místní nebo regionální komora, v závislosti na místě porušení, má pravomoc rozhodovat v řízeních o porušení. V případě neexistence místní nebo regionální komory má pravomoc v těchto řízeních ústřední komora.

Jednotný patentový soud má rovněž vlastní mediační a rozhodčí centrum se sídlem v Lisabonu a Lublani.

Dohoda o jednotném patentovém soudu umožňuje po přechodném období sedmi let od vstupu systému v platnost přihlašovatelům a majitelům „klasického“ evropského patentu, jakož i majitelům dodatkového ochranného osvědčení (SPC) vydaného pro výrobek chráněný „klasickým“ evropským patentem, vyjmout svou přihlášku, patent nebo SPC z výlučné pravomoci UPC, provést tedy tzv. „opt-out“. V důsledku toho nebude mít následně UPC pravomoc rozhodovat žádné soudní spory týkající se této přihlášky, patentu nebo SPC. „Opt-out“ se týká evropských patentů validovaných ve všech smluvních státech Dohody o jednotném patentovém soudu, v nichž jsou tyto patenty platné. „Opt-out“ platí po celou dobu platnosti patentu a je možné jej i vzít zpět, ale pouze v případě, že není zahájeno řízení před příslušným národním orgánem. Jakmile bude „opt-out“ vzat zpět, nebude již možné o něj znovu požádat. „Opt-out“ však není možné provést, pokud již probíhá řízení před Jednotným patentovým soudem. Dohoda předpokládá možné prodloužení tohoto období až o dalších sedm let. Po uplynutí přechodného období bude Jednotný patentový soud o „klasických“ evropských patentech v zúčastněných zemích již rozhodovat výhradně.

Chce-li majitel evropského patentu požádat o „opt-out“, měl tak ideálně učinit již před zahájením fungování systému, od 1. června již může být patent napaden u Jednotného patentového soudu.

Co již bylo možné provést?

Od 1. března 2023, tři měsíce před za zahájením činnosti UPC, začalo běžet počáteční období (tzv. sunrise period), během něhož již bylo možné u UPC provést vynětí „klasického“ evropského patentu z jeho pravomoci. U soudu se také již mohli zaregistrovat ti patentoví zástupci, kteří jsou oprávněni zastupovat klienty ve sporech před UPC. U Evropského patentového úřadu, který jednotné patenty uděluje, bylo již od 1. ledna 2023 možné podat tzv. dřívější žádost o jednotný patent nebo požádat o odklad vydání rozhodnutí o udělení evropského patentu. Bližší informace k podniknutí všech těchto kroků jsou k dispozici na stránkách UPC a EPÚ.

Co zůstane po 1. červnu 2023 stejné?

■ I nadále bude možné přihlašovat „klasické“ evropské patenty a validovat je v jednotlivých smluvních státech EPC.

■ Aby evropské patenty platily na území ČR, bude nezbytné je i nadále validovat u Úřadu průmyslového vlastnictví (ÚPV).

■ Řízení o porušení „klasického“ evropského patentu validovaného v ČR bude probíhat podle stávajících pravidel před Městským soudem v Praze (v prvním stupni) a řízení o jeho platnosti před Úřadem průmyslového vlastnictví a správními soudy.

■ Pokud se majitel rozhodl svůj „klasický“ evropský patent vyjmout z pravomoci Jednotného

patentového soudu, bude řízení o jeho porušení na území zúčastněného smluvního státu, který dohodu ratifikoval během přechodného období, probíhat podle stávajících předpisů.

■ Rozhodnutí o neplatnosti jednotného patentu nebude mít přímý vliv na platnost identického „klasického“ evropského patentu platného v ČR. Lze však očekávat, že takové rozhodnutí ovlivní rozhodnutí v řízeních probíhajících před ÚPV a českými soudy.

Co se naopak od 1. června 2023 změní?

■ Přihlašovatel evropského patentu se bude moci rozhodnout, zda chce pro svůj evropský patent získat jednotný účinek, nebo bude platit podle stávajících předpisů jako „klasický“ evropský patent, případně obě varianty kombinovat.

■ Jednotný patentový soud bude mít výlučnou pravomoc rozhodovat spory týkající se porušování a platnosti jednotných patentů.

■ Jednotný patentový soud bude mít pravomoc rozhodovat také spory týkající se „klasických“ evropských patentů v zúčastněných smluvních státech, které dohodu ratifikovaly.

■ Majitel „klasického“ evropského patentu podaného nebo uděleného před vstupem dohody v platnost nebo během přechodného období bude moci svůj patent z pravomoci Jednotného patentového soudu vyjmout. V případě jednotných patentů vynětí z výlučné pravomoci Jednotného patentového soudu není možné.

■ Pokud majitel „klasického“ evropského patentu neprovede „opt-out“ před zahájením řízení o porušení nebo neplatnosti patentu před Jednotným patentovým soudem, bude mít tento soud v těchto případech pravomoc. V případech, kde proběhl „opt-out“, budou mít národní orgány pravomoc rozhodovat o porušení nebo neplatnosti patentu i během přechodného období.

■ Po uplynutí přechodného období bude mít Jednotný patentový soud ve věcech týkajících se „klasických“ evropských patentů pravomoc rozhodovat pouze u patentů, u nichž byla podána přihláška po tomto datu a u patentů, které jejich majitel nevyňal z výlučné pravomoci Jednotného patentového soudu.

■ I subjekt ze státu, který dohodu neratifikoval, může být u Jednotného patentového soudu žalován a může se také u Jednotného patentového soudu domáhat zrušení platnosti jednotného patentu nebo „klasického“ evropského patentu.

Závěrem je třeba ještě jednou upozornit na to, že i když ČR Dohodu o Jednotném patentovém soudu neratifikovala, neznamená to, že by naši uživatelé neměli možnost získat jednotný patent nebo že by se na ně nevztahovala pravomoc UPC. Jak již bylo uvedeno výše, pravomoc Jednotného patentového soudu by měla usnadnit vymáhání patentu ve více zemích, na druhou stranu je zde však riziko, že patent může být zrušen naráz v sedmácti zemích, přičemž tento počet by se měl do budoucna ještě zvýšit o státy, které dohodu zatím neratifikovaly. Proto by měli uživatelé pečlivě zvážit, zda je v jejich zájmu ponechat své evropské patenty ve výlučné pravomoci Jednotného patentového soudu.

Mgr. Jana Pantoflíčková,
Úřad průmyslového vlastnictví

Odkazy:

¹ Dohoda o Jednotném patentovém soudu, Úřední věstník EU C 175, 20. 6. 2013, str. 1 – dokument vstoupí v platnost 1. 6. 2023 (eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=OJ:C:2013:175:TOC)

² Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1257/2012 ze dne 17. prosince 2012, kterým se provádí posílená spolupráce v oblasti vytvoření jednotné patentové ochrany, Úřední věstník EU L 361, 31. 12. 2012, str. 1 (eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?qid=1683268608716&uri=CELEX%3A32012R1257) a Nařízení Rady (EU) č. 1260/2012 ze dne 17. prosince 2012, kterým se provádí posílená spolupráce v oblasti vytvoření jednotné patentové ochrany, pokud jde o příslušná ustanovení o překladu, Úřední věstník EU L 361, 31. 12. 2012, str. 89 (eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=CELEX%3A32012R1260&qid=168326877184)



Strana vychází pod partnerskou záštitou České společnosti pro jakost

Mít záložní plán: co a k čemu je systém managementu kontinuity podnikání

Česká společnost pro jakost sdružuje jednotlivce i organizace zabývající se zejména nástroji a systémy managementu kvality a příbuznými oblastmi. K těm patří i systémy managementu kontinuity podnikání. Každý z nás o nich už zřejmě více či méně slyšel, ale víme přesně, co to je, a hlavně k čemu je to dobré? Na toto téma jsme hovořili s výkonným ředitelem ČSJ Ing. Petrem Kotenem.

Mohl byste představit pojem systém managementu kontinuity podnikání, anglicky Business Continuity Management – BCM?

Stručně řešeno, jde o tu část managementu organizace, která je zaměřena na zvládnutí dopadů nežádoucích situací – takzvaných narušení, která mohou organizaci postihnout. Tím zvládnutím je míněno zajištění kontinuity činností a obnova narušených činností na požadovanou minimální úroveň.

Jaké jsou příčiny toho, že vzniknou takové situace?

Existuje mnoho druhů příčin vzniku narušení, se kterými se setkáváme dnes a denně. Jedním prvkem mohou být přírodní pohromy, kam patří mimo jiné požáry a povodně. Požár či povodeň mohou například ovlivnit možnost fyzického přístupu do provozovny, v horším případě pak i zničení firemní infrastruktury. A právě systémy managementu kontinuity podnikání nám umožňují snadněji nežádoucí situace zvládat i lépe jim předcházet.

A další? Určitě jich je nekonečné množství...

Bohužel jsme měli všichni příležitost pocítit, a pociťujeme stále, nežádoucí vlivy globálního charakteru, mám na mysli dopady epidemie, zprostředkovaně i dopady války.

Z užšího, technologického pohledu se můžeme setkat se selháním softwaru či hardwaru, výpadky energie, ztrátou či zničením dat. Nelze opomenout ani lidské vlivy, kam mohou patřit

záměrné podvody, krádeže, ale i takzvané lidské chyby. To vše má potenciálně negativní dopady do kontinuity – hladkého chodu našeho podnikání, našich činností.

Vaše organizace byla v minulém roce dokonce akreditována pro certifikaci systému managementu kontinuity podnikání podle normy ISO 22301. Jste jediní v České republice?

Ano, je tomu tak, mohu říci, že po velkém úsilí kolegů ze společnosti se podařilo získat akreditaci pro tuto certifikaci podle ISO 22301 – Certifikace systému řízení kontinuity podnikání. A momentálně jsme zatím opravdu jediná ryze česká certifikační společnost, která tuto výjimečnou službu zákazníkům nabízí.

Co norma ISO 22301 požaduje?

Nejdříve je potřeba uvést, že norma je určena pro organizace soukromého i veřejného sektoru bez ohledu na velikost. V názvu má uvedeno kontinuita podnikání, ale chápeme tento pojem v obecnější rovině jako kontinuita činností, ať v soukromém, či veřejném sektoru. Je důležité, že struktura normy je harmonizovaná s ostatními normami pro systémy managementu, což usnadňuje zavádění jejich požadavků, udržování i zlepšování systému.

A k vlastním požadavkům... Z mého pohledu k těm klíčovým bodům normy patří posuzování rizik souvisejících s narušením činnosti organizace a dále pak analýza dopadů do podnikání. Analýza dopadů do podnikání nám umožní, mimo jiné, určit prioritní činnosti, které musí být chráněny proti narušení a v případě narušení obnoveny v požadovaném čase na potřebnou úroveň. Jinak řečeno – vím, co mi hrozí a jaké procesy potřebuji chránit.

Na základě výstupů z posuzování rizik a analýzy dopadů do podnikání pak organizace stanovuje svoje strategie, postupy a řešení, jak



Ing. Petr Koten, výkonný ředitel České společnosti pro jakost

se chovat před narušením, během něj a po něm.

Samozřejmě norma obsahuje systémové požadavky, které běžně známe z jiných ISO norm, jako jsou například vymezení systému, pravidla pro řízení dokumentovaných informací, provádění interních auditů, monitoring výkonnosti, přezkoumání vedením nebo zlepšování.

Jsou v souvislosti s normou kladeny nějaké zvláštní požadavky na pracovníky?

Pracovníci by si měli být zejména vědomi svých rolí a odpovědností v rámci systému kontinuity podnikání. Zkrátka musí vědět, co mají dělat, když nastane určitá nežádoucí situace. Je třeba znát odpovědi na otázky: Kdo má konat? Co má konat? Kdy, za jakých podmínek má konat? Kde má konat? Také by měli být relevantní pracovní-

ci zapojeni do programu náviku a testování potřebného pro zachování kontinuity činností. V rámci BCM jsou však další specifické role – například interní auditor BCM, který by měl znát normu ISO 22301 a doporučené auditní postupy, ideálně podle ISO 19011. A samozřejmě osoba odpovědná za celý systém BCM by pak měla detailně znát normu ISO 22301 a související principy.

Zdůraznil byste některé výhody fungujícího systému managementu kontinuity podnikání?

To, že se podaří včas řešit narušení chodu organizace, má pozitivní vliv zejména ve vztahu k zákazníkům. Jsme schopni nadále plnit svoje závazky vůči nim, a udržovat si tak i naši důvěryhodnost. Pravidla a včasná reakce nám rovněž umožňují efektivně chránit majetek i osoby a minimalizují nutnost improvizace v krizových situacích, protože už dopředu máme připraven a odzkoušen záložní plán.

Doporučil byste subjektům, které plánují systém managementu kontinuity podnikání zavést, nač soustředit pozornost?

Především je třeba získat podporu managementu ve firmě či organizaci, protože zavedení tohoto systému zpravidla vyžaduje i zavedení nových postupů a realizaci změn. Zavádění by mělo být připravováno a probíhat projektovým způsobem, to znamená v týmu pod vedením zkušeného projektového manažera. Členové týmu by měli mít povědomí o principech BCM a měli by mezi nimi být i vlastníci klíčových – prioritních procesů. To všechno ale, jak víme, platí o zavádění všech systémů.

A samozřejmě je vhodné pak zvážit možnost ověření funkčnosti systému BCM nezávislou certifikací podle normy ISO 22301.

připravil David Kubla

INZERCE



Česká společnost pro jakost OCENÍ ÚSPĚŠNÉ

Máte pocit, že Vaše organizace může být v mnohém příkladem pro ostatní? Česká společnost pro jakost vyhlásila další ročník ocenění Ambassador kvality České republiky. Přihlaste se a možná to bude právě Vaše organizace, která se stane Ambasadorem kvality ČR.

Cena Ambassador kvality České republiky byla vyhlášena v rámci podpory rozvoje a podpory zavádění zásad managementu kvality v různých podobách. Určena je pro organizace, které nadstandardně dbají o zajištění kvality svých produktů a služeb, které se chovají odpovědně a aktivně napomáhají šíření a propagaci kvality.

Ocenění je určeno všem organizacím podnikatelského a veřejného sektoru bez rozdílu velikosti a oboru. Přihlaste se do soutěže a staňte se ambasadory kvality.

Přihlášky můžete podávat do 30. září.

Podrobnější informace o cenách najdete na: <https://oceneni.csq.cz>

Česká společnost pro jakost, www.csq.cz



Umělá inteligence roli manažerů posílí

Podle zprávy The Future of Jobs Report 2023 Světového ekonomického fóra (WEF) se v pětiletém horizontu obmění až čtvrtina pracovních míst. Nepůjde jen o jejich náplň, ale o hlubší strukturální změny trhu práce. Nejdramatičtější do tohoto vývoje zasáhne umělá inteligence. Se zánikem zhruba 83 milionů pracovních míst a vznikem 69 milionů nových se bude vyvíjet i role manažerů. Tyto změny ji podle Ing. Jiřího Jemelky, MBA, ze společnosti JPF Czech s.r.o. v konečném důsledku posílí.

Nástroj ziskovosti

Technologie na principu umělé inteligence budou pro organizace skvělou posilou na straně efektivity. Ostatně již nyní se to v mnoha oborech ukazuje a zdaleka nejde jen o kyberbezpečnost a marketing. Řada výrobních procesů už je umělou inteligencí řízena s nebyvalou přesností a flexibilitou, kterou tradiční pojetí produkce nabídnout nemohlo. Manažerům to dá zcela nové možnosti, jak rychleji a přesněji vyhodnocovat, co se v jednotlivých úsecích podniků děje a jak na základě toho dynamicky měnit strategie.

„Manažeri musí umět pracovat s daty, to je základní předpoklad, aby ve své profesi mohli fundovaně setrvat po boku umělé inteligence. Ne ve smyslu jejich analýzy a syntézy, to budou mít za úkol specializovaní pracovníci. Jde spíše o správnou interpretaci výsledků a akceleraci rozhodovacích procesů. Umělá inteligence totiž v mnohém management zrychluje. Nemyslím si ale, že bychom se toho měli bát. Naopak. Je to příležitost, jak reagovat na proměňující se okolnosti nejen v reálném čase, ale definovat scénáře, které lze využít ještě před tím, než dané změny nastanou. Umělá inteligence dává manažerům nástroje, jak z řízených organizací udělat trendsettery, a zvýšit tak ziskovost,“ přibližuje Jiří Jemelka. I nyní manažeri pracují s výhledy a predikcemi, ty se ale díky AI stanou přesnější a jejich inkorporace do firemních strategií bude

snazší a preciznější. Manažeri využívající AI zvýší celkovou resilienci a připravenost organizací na nejrůznější situace.

Budou linioví manažeri zbyteční?

Zpráva Světového ekonomického fóra udává, že nejrychleji budou mizet profese, které lze snadno nahradit pomocí automatizace a technologií založených na umělé inteligenci. V největší míře půjde o zaměstnání kancelářského či úřednického rázu, dále půjde o poštovní doručovatele nebo prodáváče. Budou v ohrožení ale také vedoucí? „Očekávám, že firmy zpočátku budou razantně zmenšovat kolektivy a zaměří se na jejich funkčnost. Na druhou stranu si nemyslím, že by bylo moudré masivně propouštět liniové manažery, přestože to možná některým přijde jako dobrý nápad. Naopak se můžeme díky zmenšení týmů dostat do ideální situace, kdy na jednoho řadového manažera připadne menší počet podřízených, což mu otevře mnohem větší prostor pro to, jak efektivně budovat vztahy a pečovat o rozvoj kolegů,“ popisuje Jiří Jemelka. Přetíženost liniových manažerů je v současnosti jedním z palčivých problémů rozvoje firem, které tímto mimo jiné také ztrácejí příležitost fungovat dostatečně agilně.

Proměna role

Zdá se, že revoluce, již umělá inteligence přináší, může být zdrojem různých rizik. Mnozí se obávají, aby nejmasivnější rozvoj technologií v dějinách nestrhl pozornost pouze na výkonnost a výsledky v neprospěch hodnot jako lidskost, vztahy, naplnění v profesním životě, pocit štěstí až životní spokojenosti. V pracovní rutině budou lidé vystaveni působení technologií mnohem více, než jsme si doposud dokázali představit, a pracovní tempo se pravděpodobně ještě zrychlí, což s sebou nese mnohem vyšší nároky na proces učení či odolávání stresu. Rychlost, s jakou se změny v profesním životě budou prosazovat, bude také zdrojem obav a úzkosti.



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

Již nyní v JPF Czech předpovídají, že dojde k masivnímu rozvoji psychologických a obecně o duši a wellbeing pečujících profesí, které se stanou regulární součástí zaměstnanecké struktury větších podniků a tento trend postupně zasáhne i subjekty menší velikosti. „Bez ohledu na to, zda bude mít firma manažera štěstí nebo vlastního psychoterapeuta, se zodpovědnost za kvalitu vztahů a celkovou pracovní atmosféru soustředí v rukou manažerů. Ti budou hybnou silou změny smýšlení jednotlivců uvnitř organizace. A půjde o úkol nesmírně důležitý. Manažer se tak nebude moci uzavírat v kolečku plánování a strategie, ale daleko aktivněji bude muset vystupovat vůči zaměstnancům v roli lídra a opory, která je ubezpečí, že jsou všichni společně na jedné lodi a že se ostatní o jeho morální kvality mohou opřít. Těžiště manažerské práce se ze dvou třetin přesune právě směrem k lidem ve firmě,“ uvádí Jiří Jemelka.

Leadership býval považován za dominantu ostřílených šéfů. Ale v nových podmínkách vytvořených AI bude dovedností, kterou si budou muset osvojit linioví manažeri stejně jako šéfové. „Na kvalitě schopností a přístupu vedoucích

pracovníků bude záviset, jak se ve velmi technizované době spolu s hodnotami podniku propojí přirozená touha zaměstnanců někam patřit, zažívat pocit úspěchu a ocenění v kolektivu, schopnost přijmout a pracovat na vizi organizace a být s ní v souladu. Technologie znovu otevírají diskuzi a autenticitě lidského bytí. Vůči tomu by měli být manažeri mnohem více senzitivní, protože rozhodují o pocitu naplnění svých podřízených, od něhož se odvíjí ambice postupovat v kariéře, míra motivace či angažovanosti. Proto si myslím, že umělá inteligence dává střednímu a řadovému managementu prostor se lidem z vlastních týmů věnovat na individuální bázi a skutečně hloubkově pracovat s jejich talenty. Vedle toho bude součástí práce vedoucích také redukce stresu a úzkosti z dynamiky pracovního prostředí nebo práce s pocitem izolace a nejistoty v navazování kolegiálních vztahů. Předpokládám, že bude v manažerské profesi také kladen větší důraz na psychologické vzdělání a sociální kompetence. Umělá inteligence manažerům rozváže ruce, aby se mohli věnovat lidem a jejich rozvoji, ale jejich práci nahradit nedokáže,“ vysvětluje Jiří Jemelka.

Člověk jako pojistka

Popularita a stále rostoucí využitelnost umělé inteligence svádí také k úvahám, zda by celé konglomeráty nemohla během následujících několika let řídit virtuální entita sama. Nejpálčivější otázkou pro vlastníky podniků ale je, kdo by pak za konečná rozhodnutí nesl odpovědnost. Byl by to poskytovatel technologického řešení, člověk, který je krmí daty? Komu by bylo možné chyby adresovat? Problematika jasně poukazuje na to, že je člověk v manažerské pozici stále nenahraditelnou pojistkou. „I kvůli těmto nesmírně náročným právním otázkám bude manažerům vždy ponechána plná odpovědnost za finální rozhodování, směřování organizace a další plánování, za strategii a všechny ostatní úkoly, o nichž zkrátka musí rozhodovat pověřená osoba,“ upozorňuje Jiří Jemelka. (tz)

ČSOB Pojišťovna k podpoře duševního zdraví: projekt #dobro

Duševní porucha se stala jednou z nejčastějších příčin invalidity v České republice. Dominantní je tento důvod zejména u nejmladších generací. Nejnovější zahraniční studie zase varují před možným vlivem sociálních sítí na tento trend. A právě poslední důvod dal vzniknout v Čechách unikátnímu projektu na podporu duševního zdraví s názvem #dobro, jehož generálním partnerem se stala ČSOB Pojišťovna.

„Jak naše čísla, tak čísla České správy sociálního zabezpečení mluví jasně. V současnosti jsou duševní poruchy a poruchy chování druhou nejčastější příčinou přiznání invalidního důchodu v ČR, a dokonce představují jednu z nejrychleji rostoucích příčin. U osob mladších 40 let v invalidním důchodu tvoří tato příčina až 45 %. Duševní choroba je nemoc jako každá jiná. V rámci pojištění se snažíme alespoň zmírnit její následky, ale jsme bohužel až na konci toho řetězu

událostí, a proto jsme se rozhodli zapojit také do prevence prostřednictvím této aktivity,“ zdůvodnil zapojení do projektu #dobro generální ředitel ČSOB Pojišťovny Jiří Střelický.

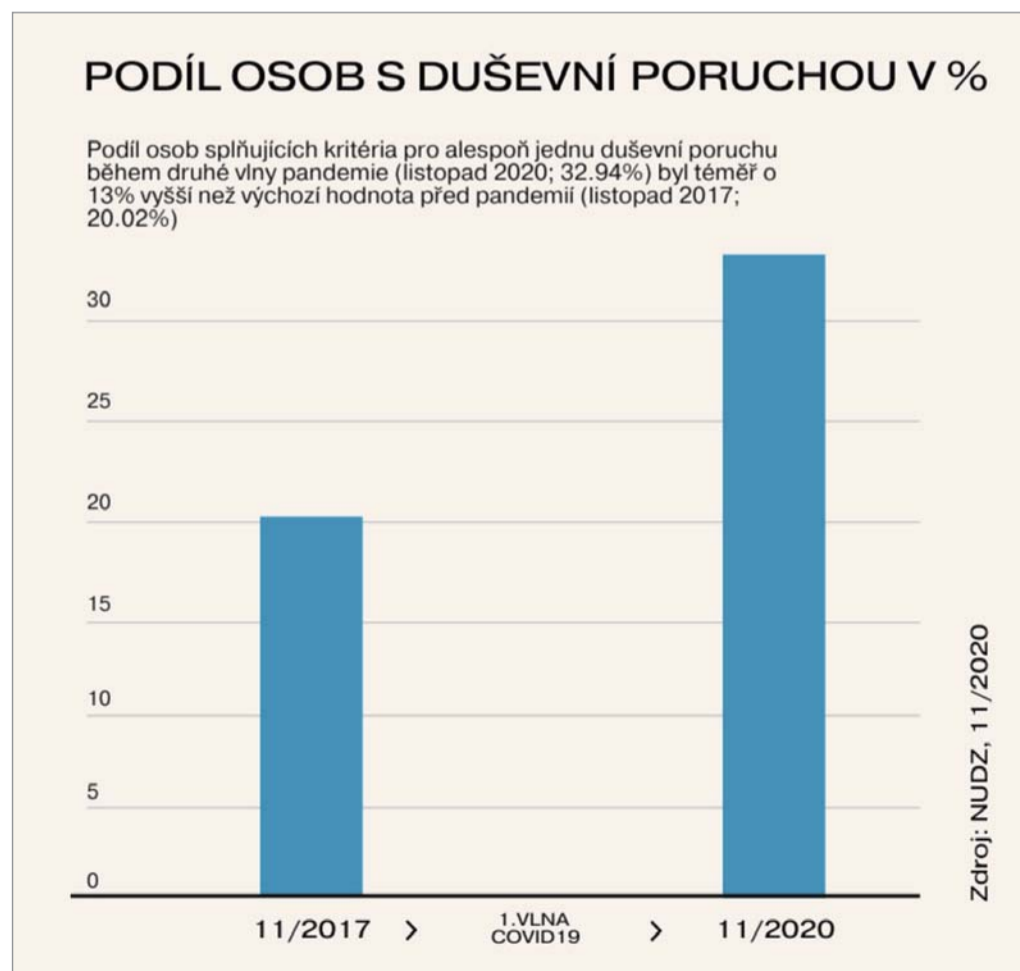
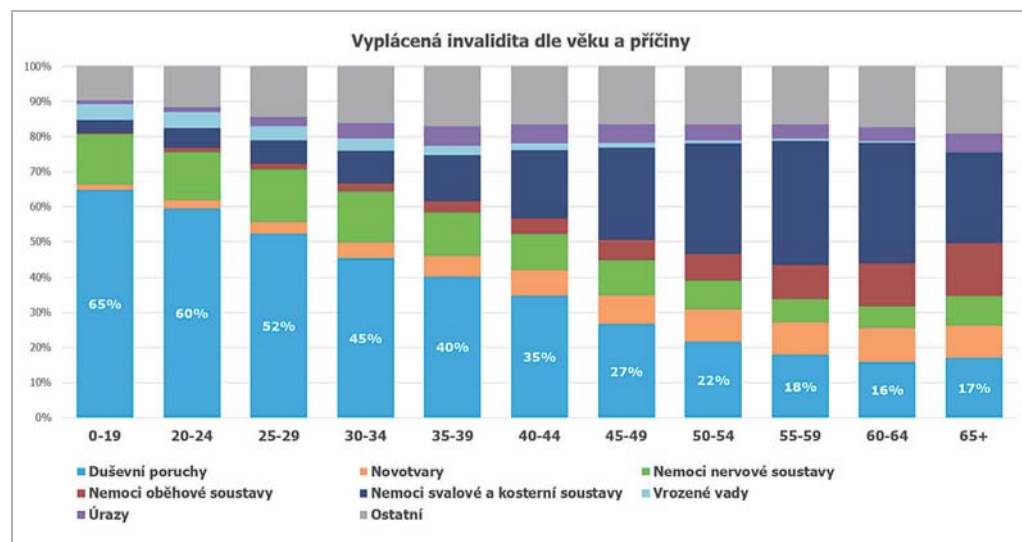
ČSOB Pojišťovna doprovodí aktivitu #dobro navíc vlastní marketingovou kampaní. Téma propíše do sociálních sítí, billboardů a dalších médií. „Tímto krokem potvrzujeme, že duševní zdraví je pro nás dlouhodobé téma, na které se chceme z pohledu prevence zaměřit,“ uzavřel Jiří Střelický.

Několik měsíců si běžní uživatelé českého internetu lámali hlavu nad videem s názvem Kdo je Dana? „Vytvořili jsme záhadnou influencerku, která lidem zamotala hlavu. Uživatelé vytvářeli nejrůznější scénáře, zdánlivě věrohodné až neuvěřitelné konspirační teorie, ale nikomu se nakonec pozadí videa odhalit nepodařilo,“ řekl jeden ze dvou iniciátorů projektu #dobro Patrik Novák. „Chtěli jsme v kampani upoutat pozornost a poukázat na hrozby dnešní doby. Sociální sítě jsou dobrým místem, pokud se

umí používat. Při nesprávném používání mohou vzniknout psychické problémy a lidé nevědí, na koho se v případě, že potřebují pomoc, obrátit. Tak jsme přišli s nabídkou možného řešení,“ doplnil druhý z dvojice Martin Malhocký.

Videa spojená se záhadnou ženou nakonec dosáhla přes úctyhodných 70 milionů zhlédnutí. Získanou pozornost nyní chtějí autoři pro-

jektu převést na aktivitu #dobro. „Jde v podstatě o webovou stránku www.jajsemdobro.cz, jejímž cílem je pomáhat lidem, kteří se vlivem sociálních sítí dostanou do duševních problémů. Najdou zde instruktážní videa, rady, kontakty na odborníky schopné jim pomoci,“ vysvětlil psycholog Tomáš Kvapilík, který se stal odborným garantem projektu. (tz)



Pražská strojírna letos vybaví tramvajovými konstrukcemi osm vozoven v Česku, Polsku a Austrálii

Vozovny v Praze, Brně, Plzni, Košicích, Varšavě, ale třeba i v Melbourne spojuje totéž – dodavatelem tramvajových kolejových konstrukcí a dalších komponentů je Pražská strojírna. Výrobní kapacity pro letošní rok má Pražská strojírna již téměř naplněny a objemnou část z nich tvoří výrobky právě pro řadu českých i světových vozoven. Celkem jich je osm, výroba všech výrobků je naplánovaná v průběhu celého letošního roku a některé ze zakázek přesáhnou i do dalších let.

Vozovna Hloubětín, Praha

Historie vozovny Hloubětín sahá až do roku 1951. Při výstavbě byla z důvodu nedostatku oceli po válce využita nová technologie střešní konstrukce, která spolu s nekvalitní výstavbou vedla k její postupné degradaci. Z toho důvodu byla v roce 2019 střeška vozovny odstělena a bylo rozhodnuto o výstavbě nové vozovny s kapacitou až 61 článkových tramvají délky až 32 metrů a s opravárenskou kapacitou až 12 vozidel. Pražská strojírna vyrábí pro tuto vozovnu 19 nových výhybek s výhybkovými systémy a skříňové odvodnění kolejiště. Dodávky jsou naplánovány v průběhu letošního roku.

Vozovna Střešovice, Praha

Pro příští rok připravuje Dopravní podnik hl. m. Prahy a.s. rekonstrukci dvora vozovny Střešovice, a to včetně odbočení z hlavní tratě. A právě v odbočení z tratě do muzejní části vozovny dojde k optimalizaci a nově vznikne od-

bočení ve směru z centra do Muzea. Tím odpadne složitá manipulace s vozy na dopravně vytížené Patočkově ulici. Pražská strojírna dodá všech 16 výhybek a návazné kolejové oblouky.

Vozovna Slovany, Plzeň

V březnu 2023 byla zkolaudována kompletně zrekonstruovaná vozovna Slovany. Pražská strojírna dodala všech 65 výhybek a pět křižovatek ve vozovně. Proběhlo ohýbání kolejových oblouků, dodala odvodnění kolejiště a uzemňovací žlaby a v neposlední řadě provedla finální přebroušení povrchu kolejnic. „Šlo o největší a nejvýznamnější zakázku Pražské strojírny roku 2021. V současnosti je vozovna Slovany nejmodernější vozovnou v České republice a my jsme rádi, že jsme mohli být součástí takto obrovského projektu,“ řekl Robert Masarovič, předseda představenstva a generální ředitel Pražské strojírny a.s. Při rekonstrukci došlo ke změně orientace vjezdu tramvají do vozovny a díky novému uspořádání přestala být vozovna zdrojem hluku, který především v nočních a ranních hodinách vedl k řadě stížností obyvatel okolní zástavby.

Vozovna Pisárky, Brno

V letošním roce probíhá výstavba nové smyčky u zastávky Lipová. Společně s tím dochází k realizaci dvou nových odstavných kolejí ve vozovně Pisárky v Brně a rekonstrukci celého kolejového rozvětvení vozovny. V budoucí závěrečné etapě by mělo dojít i ke kompletnímu zastřešení odstavného kolejiště a vybudování protihlukové

stěny u ulice Hlinky. Pro novou smyčku a pro rekonstrukci kolejiště vozovny dodává Pražská strojírna 42 nových tramvajových výměn, včetně výhybkových systémů.

Električkové depo, Košice

Depo dopravního podniku v Košicích má délku kolejí 7,5 km a celkově 67 výhybek. Areál depa, který aktuálně prochází částečnou rekonstrukcí, je napojený na ulici Bardejojská dvěma kolejemi – vjezdovou a výjezdovou kolejí. Současná první větší oprava po šedesáti letech existence vozovny se dotkne vjezdových i výjezdových kolejišť. Modernizací dojde k celkovému zlepšení průjezdnosti vozidel depem, ke snížení hlukosti, ke zlepšení ochrany životního prostředí a ke zlepšení pracovních podmínek a pracovního prostředí pro zaměstnance. Pražská strojírna dodá od letošního dubna do dubna příštího roku 2024 postupně pro jednotlivé stavební etapy celkem 58 srdcovkových částí výhybek, kolejové oblouky, dilatační zařízení, odvodnění a přechodové kolejišce.

Vozovna Anopol, Varšava

Na polský trh exportuje Pražská strojírna své výrobky již tradičně. V letošním roce získala objednávku na dodávku 85 kusů rozjezdového automatického výhybkového systému typu VSP-1-K (z toho dva kusy v tzv. proložené situaci) a 29 kusů manuálních výhybkových systémů typu VS-21 (z toho dva kusy v tzv. proložené situaci) pro varšavskou vozovnu Anopol. Depo Anopol se ve Varšavě plánovalo už od šede-

sátých let minulého století, plány byly ale odloženy, jelikož na přelomu šedesátých a sedmdesátých let hrozila tramvajím v hlavním polském městě likvidace. Výstavba nového depa je dnes prioritní investicí právě kvůli výstavbě nových linek ve Varšavě například do Winnice, do Wilanówa, po ul. Kasprzak nebo trasy do Goćlaw. Výstavba vozovny odpovídá požadavkům města, jelikož příští rok budou tramvajové linky ve Varšavě rozšířeny o 20 km. Vozovna Anopol se stane pátou tramvajovou vozovnou v hlavním polském městě.

Vozovna Maidstone, Melbourne

V australském městě Melbourne je plánována výstavba nové vozovny pro necelých 100 tramvajových souprav nové generace. Cílem celého projektu je mimo jiné přilákat ještě více cestujících do městské hromadné dopravy. Tramvajové vozy, každý až pro 150 pasažérů, disponují moderní výbavou, mimo to i vytápěním a klimatizací prostoru. Pražská strojírna sem plánuje v příštím roce dodat 41 nových tramvajových výhybek.

Vozovna Brunswick, Melbourne

Tramvajová vozovna Brunswick se nachází na předměstí města Melbourne a je jedním z osmi současných tramvajových dep ve městě. Depo má devět krytých tramvajových stání a dvě nekrytá. Vozovna Brunswick projde v blízké budoucnosti částečnou rekonstrukcí a dočká se mimo jiné i nové kolejové sítě s 41 výhybkami a výhybkovými systémy z Pražské strojírny. (tz)

Design a konkurenceschopnost českých vývozců

Design Centrum CzechTrade zavádí nové služby pro firmy, které chtějí uspět v zahraničí. Cílem je pomoci českým exportérům včas a správně definovat specifika, která mohou významně ovlivnit zájem o jejich výrobky na vybraných trzích, a následně ověřit tržní potenciál aplikovaných design-inovací.

České firmy mají díky novým službám Design Trend Monitoring (DTM) a Tržní Potenciál Design-Inovace (TPDI) unikátní možnost využít know-how vybraných zahraničních kanceláří při navrhování konkurenceschopných produktů a včas odhalit bariéry vstupu nového produk-

tu na zahraniční trh, ať už legislativní, nebo kulturní, čímž se zvýší jejich šance uspět ve vybraném teritoriu. „V dnešním globálním světě s neustále se měnícími trhy jsou na firmy a jejich výrobky kladeny stále vyšší požadavky ze strany zákazníků, kteří upřednostňují především kva-

litní produkty s vysokou přidanou hodnotou. Ukazuje se, že úspěch výrobců nespočívá pouze v optimalizaci existujících procesů, ale zejména v inovacích a jejich efektivní prezentaci,“ řekl Radomil Doležal, generální ředitel CzechTrade.

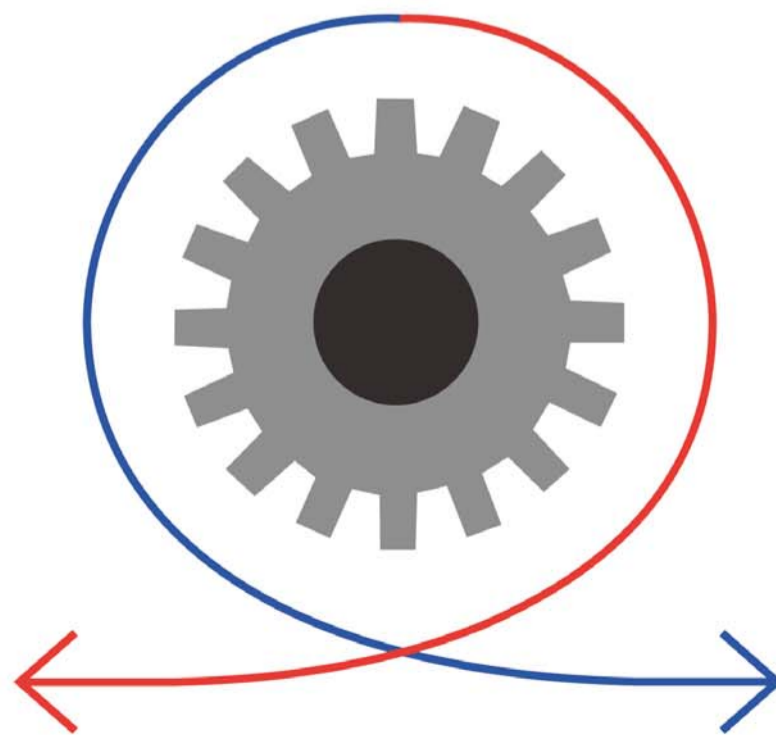
Prostřednictvím služby Design Trend Monitoring (DTM) budou zástupci zahraničních kanceláří CzechTrade a další odborníci systematicky pozorovat nejrůznější trendy, technologie nebo jiné významné aktivity v oblasti produktového designu ve vybraném teritoriu, kam má firma ambice exportovat. To poskytne do-

statek informací k vyhodnocení hlavních stanovisek, kterých mohou exportéři využít při design inovaci svého produktu, a zvýšit tak šanci uspět na daném trhu. „V případě, že potřebujeme využít širší znalosti pro zmapování trhu, je vhodné Design Trend Monitoring zkombinovat se službou Kompas, díky níž se dokážeme spojit přímo s významnými trendovými agenturami nebo institucemi a zprostředkovat firmě konzultace, kde společně proberou vše potřebné,“ sdělila Zuzana Sedmerová, vedoucí Design Centra CzechTrade. (tz)

INZERCE

64. MEZINÁRODNÍ STROJÍRENSKÝ VELETRH

10.–13. 10. 2023
BRNO



Soutěž Česká chuťovka má zvuk, letos vstupuje do 15. ročníku



Podle čeho si kupujete potraviny? Podle toho, jestli vám chutnají, z čeho jsou vyrobeny, zda jsou zdravé nebo mají další benefity? Většinou je to souhra několika prvků, ale chuť, ta je nejdůležitější. A to je také hlavní klasifikační bod prestižní soutěže pro české výrobce, která se zrodila před 15 lety.

Za tu dobu v ní uspěl nespočet potravin, řada novinek, úctyhodné množství výrobců. Hrdé ocenění Česká chuťovka a Dětská chuťovka svědčí o tom, že mistři řemesla v srdci Evropy umí a mají co nabídnout neskromnému domácímu trhu. Nejen kvalitu, ale také chuť. A za to si zaslouží pochvalu. A vyjádření úcty. Vyrábět potraviny je totiž velká odvaha. A když chutnají, není lepší reference.

Česká chuťovka přináší svým způsobem přehled o tom, co se v řeznictvích, mlékárnách, cukrařině, pekařině, pivovarství, vinařství děje. Je neuvěřitelné, co vše se dá ještě vymyslet, čím obohatit náš jídelníček. Při vyhodnocení této soutěže se tak setkávají osobnosti, které se zapisují do historie potravinářství v Čechách a na Moravě. Navzájem se poznávají, vyměňují si zkušenosti i výrobky, hodnotí kvalitu, a především chuť. Je to přehlídka národní hrdosti, umu, snahy uplatnit se, nabídnout to nejlepší. Za to jim patří poděkování.

A pro ně je i tato pobídka: zúčastněte se soutěže i letos. (rix)



Přihláška výrobků do soutěže Česká chuťovka 2023



Přihlašovatel

Firma, adresa:

Kontaktní osoba, mobil, e-mail:

IČO: www:

NÁZEV PŘIHLÁŠENÉHO VÝROBKU A KATEGORIE

Výrobek	Charakteristika
1 Česká chuťovka <input type="checkbox"/> Dětská chuťovka <input type="checkbox"/> Číslo kategorie <input type="checkbox"/> Tepelná úprava: ANO <input type="checkbox"/> NE <input type="checkbox"/>	
2 Česká chuťovka <input type="checkbox"/> Dětská chuťovka <input type="checkbox"/> Číslo kategorie <input type="checkbox"/> Tepelná úprava: ANO <input type="checkbox"/> NE <input type="checkbox"/>	
3 Česká chuťovka <input type="checkbox"/> Dětská chuťovka <input type="checkbox"/> Číslo kategorie <input type="checkbox"/> Tepelná úprava: ANO <input type="checkbox"/> NE <input type="checkbox"/>	
4 Česká chuťovka <input type="checkbox"/> Dětská chuťovka <input type="checkbox"/> Číslo kategorie <input type="checkbox"/> Tepelná úprava: ANO <input type="checkbox"/> NE <input type="checkbox"/>	
5 Česká chuťovka <input type="checkbox"/> Dětská chuťovka <input type="checkbox"/> Číslo kategorie <input type="checkbox"/> Tepelná úprava: ANO <input type="checkbox"/> NE <input type="checkbox"/>	
6 Česká chuťovka <input type="checkbox"/> Dětská chuťovka <input type="checkbox"/> Číslo kategorie <input type="checkbox"/> Tepelná úprava: ANO <input type="checkbox"/> NE <input type="checkbox"/>	

Elektronickou on-line přihlášku najdete na www.ceskachutovka.cz

případně písemně vyplněnou přihlášku odešlete na adresu:

Sympex Group, s. r. o.
Na Balkáně 2532/82, 130 00 Praha 3
do 14. září 2023

- registrační poplatek: 4 000 Kč (bez DPH)
- + poplatek za každý výrobek v soutěži Česká chuťovka: 3 000 Kč (bez DPH)
- + poplatek za každý výrobek v soutěži Dětská chuťovka: 3 000 Kč (bez DPH)

Na základě zaslání přihlášky obdržíte zálohovou fakturu, kterou uhradíte obratem na účet číslo:

2700214690/2010

Zboží v množství minimálně 20 ks nebo 2000 g bude přijímáno dne **20. září 2023 od 8.00 do 16.00 hod.**, pekařské a cukrářské výrobky až **21. září 2023 od 7.00 do 8.30 hod.** na adrese: VOŠ, SPŠ a SOŠ, Podskalská 10, Praha 2. Výrobky se předávají ve 3. patře v laboratoři č. 317. Podrobnosti a upřesnění dodání zboží lze dojednat na tel.: 221 595 411.

Potvrzujeme, že přihlášený výrobek je od českého výrobce a je vyroben v ČR.

Jméno a podpis oprávněné osoby, razítko firmy:

Datum, místo:



Logo „Naše chuťovka“
– DOPLŇK K SOUTĚŽI ČESKÁ CHUŤOVKA

Zákon o potravinách č. 110/1997 Sb. ve svém § 9b stanovuje pojem „česká potravina“ s podmínkami % obsahu surovin původu z České republiky. Pokud nesplňuje výrobek oceněný diplomem Česká chuťovka podmínky pro možnost označení „česká potravina“, protože obsahuje vyšší podíl než českých surovin, bude možné využít logo „Naše chuťovka“, například pro značení na obalu výrobku. Toto opatření přijali pořadatelé soutěže jako přechodné a bude přesně stanoveno v licenční smlouvě uzavřené s jednotlivými účastníky soutěže Česká chuťovka 2023.



Podmínky soutěže



I. PŘIHLÁŠENÍ VÝROBKŮ

Do soutěže o „Dobry tuzemsky potravinarsky vyrobek Ceska chutovka 2023“ mohou byt přihlasy vyrobky tuzemskych vyrobnych potravinarskych podniku, které jsou dodavany do obehu na soucasny trh Ceske republiky.

Soutěžní kategorie:

1. mléčné výrobky
2. masné výrobky
3. pekařské výrobky
4. cukrářské výrobky
5. hotová jídla
6. ovocné a zeleninové výrobky
7. nealkoholické nápoje
8. piva
9. vína
10. lihoviny
11. ostatní potravinářské výrobky

Součástí soutěže je „DĚTSKÁ CHUŤOVKA“, jejímiž hodnotiteli jsou děti ve věku 6–16 let, a „Cena novinářů“.

Přihlášený výrobek musí splňovat vysoké senzorní parametry, zejména výrazné chuťové vlastnosti. Cílem je podněcovat výrobce k nabídce vyššího podílu vysoce kvalitních potravinářských výrobků, a tím reagovat na stále rostoucí poptávku po chutných potravinách požadovaných náročnými spotřebiteli.

Hlavním hodnoceným kritériem je chuť, ale hodnotí se i vzhled, vůně a konzistence výrobku. Přihlášený výrobek musí být od českého výrobce a vyroben v ČR.

II. HODNOCENÍ VÝROBKŮ ČESKÁ CHUŤOVKA A DĚTSKÁ CHUŤOVKA



Výrobky budou hodnoceny ve dnech 21.–22. září 2023 hodnotitelskou komisí nezávislých odborníků, která má vysoký odborný kredit. Odbornými garanty soutěže, jež zabezpečují vysokou míru regularity soutěže „Dobry tuzemsky potravinarsky vyrobek Ceska chutovka 2023“, jsou Vysoká škola chemicko-technologická v Praze a VOŠ, SPŠ a SOŠ Praha 2, Podskalská 10, která je také místem hodnocení.

III. VYHLÁŠENÍ VÝSLEDKŮ SOUTĚŽE

Slavnostní předávání cen vítězům soutěže „Dobry tuzemsky potravinarsky vyrobek Ceska chutovka 2023“ a „DĚTSKÁ CHUŤOVKA 2023“ se uskuteční dne 2. listopadu 2023 v Národním zemědělském muzeu v Praze za účasti významných osobností a novinářů. V každé kategorii budou vyhlášeny oceněné výrobky a vítězným firmám budou předány ocenění a diplomy. Součástí slavnostního vyhlášení soutěže bude prezentace soutěžních výrobků formou výstavy a ochutnávky.

Vítězné výrobky budou také hodnoceny přítomnými novináři a jimi nejlépe hodnocené výrobky získají ještě diplom **Cena novinářů – Česká chuťovka 2023.**

IV. RYTÍŘ ČESKÉ CHUTI



Titul Rytíř české chuti přísluší významné potravinářské osobnosti z řad manažerů firem, technologů a tvůrčích potravinářských odborníků. Bude vybrána hodnotitelskou komisí – letos již potřetí.

Přihlášku a další informace najdete na www.ceskachutovka.cz a také na Facebooku: www.facebook.com/ceskachutovka

V. TERMÍN PRO ODEVDÁNÍ PŘIHLÁŠEK

14. září 2023

VI. ČLENOVÉ HODNOTITELSKÉ KOMISE

prof. Ing. Jana Dostálová, CSc.
VŠCHT Praha, předsedkyně komise

Ing. Milan Chmelář
ředitel VOŠ, SPŠ a SOŠ potravinářských technologií, Praha, místopředseda komise

Ing. Karel Hřídel
VOŠ, SPŠ a SOŠ

potravinářských technologií, Praha
doc. Ing. Ladislav Chládek, CSc.
Česká zemědělská univerzita, Praha

Ing. Jan Katina
odborník pro masný průmysl

Ing. Jiří Kopáček, CSc.
předseda ČMS mlékárenského

doc. MUDr. Antonín Kozák, Ph.D.
ředitel Městské veterinární správy v Praze

Ing. František Kruntorád, CSc.
jednatel a ředitel AGRAL s. r. o.

Martin Lev
šéfkuchař

Ing. Zdeněk Novák
generální ředitel NZM

doc. MUDr. Jolana Rambousová, CSc.
3. LF Univerzity Karlovy

Petr Severa
pekařský odborník

Ing. Josef Sléha, CSc.
jednatel SYMPEX GROUP s. r. o.

Ing. Petr Šilar
zemědělský odborník

Ing. Slavomíra Vavreínová, CSc.
nezávislý potravinářský odborník

Pojišťovna roku: čtyři cenné kovy pro ČPP, osobností pojistného trhu in memoriam oceněn Jaroslav Besperát

Česká podnikatelská pojišťovna, a.s., Vienna Insurance Group uspěla v letošním 22. ročníku ankety Pojišťovna roku, když získala zlato, stříbro a dvakrát bronz ve čtyřech z pěti soutěžních kategorií. Poprvé v historii ankety udělovali organizátoři titul Osobnost pojistného trhu in memoriam, stal se jím dlouholetý šéf ČPP Jaroslav Besperát. Výsledky hlasování zveřejnila Asociace českých pojišťovacích makléřů.

Také letos ČPP zabodovala v prestižní anketě Pojišťovna roku, kde se posuzování kvality služeb jednotlivých pojišťovatelů tradičně ujímají samotní pojišťovatelé zprostředkovatelé. Vítězství obhájila ČPP v kategorii Autopojištění, z posledních osmi ročníků si tak už odnesla celkem sedm zlatých ocenění. Stříbrnou příčku obsadila v kategorii Pojištění občanů. A při-

dala dvě třetí místa v kategoriích Pojištění průmyslu a podnikatelů a Životní pojištění. Na medailových pozicích této nejstarší hodnotitelské soutěže na pojistném trhu se ČPP umísťuje pravidelně.

V souladu s tradicí organizátoři rovněž udělili titul Osobnost pojistného trhu za významný počin či aktivitu ve prospěch pojišťovacích zprostředkovatelů a/nebo pojišťovnictví obecně. Poprvé v historii ankety udělovali organizátoři titul Osobnost pojistného trhu in memoriam, stal se jím dlouholetý šéf ČPP Jaroslav Besperát.

„Být mezi nejlepšími a oceněnými na medailových pozicích je stále náročnější, protože v pojišťovnictví vládne velmi konkurenční prostředí. O to víc mě těší, že nám se kontinuálně daří. Víme, že dobrá úroveň vzájemné spolupráce s makléři významně přispívá k našim obchodním úspěchům,“ uvedl v souvislosti s vy-

hlášením výsledků ankety Pavel Wiesner, předseda představenstva ČPP. „Samozřejmě je pro nás vysoká kvalita servisu, kterou makléřům poskytujeme. Ale k tomu potřebujete tým lidí, na které se můžete spolehnout, rád bych tímto poděkoval také všem našim zaměstnancům,“ zdůraznil Pavel Wiesner. „V neposlední řadě velké poděkování patří také Jaroslavu Besperátovi za to, jakým způsobem vedl ČPP a vybudoval z ní velmi úspěšnou značku. Byl skutečně mimořádnou osobností, výrazně přispěl k rozvoji celého pojistného sektoru,“ doplnil Pavel Wiesner.

Cílem ankety Pojišťovna roku je přispět ke všeobecné kultivaci českého pojišťovnictví a posílit jeho vnímání jako stabilního sektoru tuzemské ekonomiky. Hodnocení pojišťovacích makléřů vychází nejen z podrobné konkrétní znalosti nabízených produktů, ale zejména z bohatých profesních zkušeností s kvalitou služeb

každého z pojišťovatelů. To jsou aspekty, jimiž si anketa za dobu své existence vydobyla vysokou prestiž na celém finančním trhu. Organizátoři této odborné soutěže jsou Asociace českých pojišťovacích makléřů (AČPM) ve spolupráci s Českou asociací pojišťoven (ČAP) a specializovaným serverem oPojištění.cz. Osobní záštitu 22. ročníku ankety Pojišťovna roku udělil Aleš Michl, guvernér České národní banky, která nad pojistným trhem vykonává dohled.

ČPP v roce 2022 potvrdila svými výsledky vysokou výkonnost a silné postavení v rámci pojistného trhu. V roce 2022 předepsala pojistné 13,4 miliardy korun. S tržním podílem 8,1 % si ČPP drží pozici páté největší pojišťovny na domácím trhu. Aktuálně spravuje 2,4 miliónu smluv a její služby využívá více než 1,3 miliónu klientů. S více než 1,4 miliónu pojištěných vozidel je dlouhodobě trojkou na trhu v povinném ručení. (tz)

UNIQA s inovací pojištění pro malé a střední podnikatele

Od roku 2020 je v nabídce UNIQA pojištění pro podnikatele Perfekt vyvinuté v souladu s moderními trendy. Po třech letech bylo toto pojištění inovováno, aby ještě lépe reagovalo na aktuální potřeby firemních klientů a pomohlo jim v oblastech pojištění majetku, odpovědnosti i asistenčních služeb.



foto Kateřina Šimková

Pojištění majetku zahrnuje široké krytí pro veškerý myslitelný majetek podnikatele: nejen pro budovy a ostatní stavby, movité vybavení a zásoby, ale i pro peníze, věci uložené na volném prostranství nebo pro nosiče dat. Původní hranici produktu Perfekt byla hodnota majetku 100 miliónů korun na jedné adrese, aktuálně je možné firemní majetek pojistit až do kumulované hodnoty 200 miliónů korun. Tím se podstatně zvětšil potenciál pro řešení obchodních případů standardním produktem. Celý tarif byl interně optimalizovaný, navýšily se i základní limity pro nejčastější druhy majetkových připojištění, například pro odcizení stavebních součástí, zatečení atmosférických srážek, poškození zateplené fasády nebo na odklízecí a bourací náklady. UNIQA rovněž aktualizovala výpočet průměrné pojistné částky pro pojištěné budovy a haly, což je v době dynamického růstu cen nemovitostí, materiálu a stavebních prací vítaným vodítkem pro klienty, protože poskytuje ochranu před možným podpojištěním.

Produkt Perfekt nadále poskytuje komplexní pojistné krytí: pojistit lze škody vzniklé jak v důsledku všech živelních nebezpečí, přepětí, odcizení, vandalizmu nebo nahodilého rozbití skla, tak i při přerušení provozu nebo při přepravě vybavení, zásob či peněz. Vedle samotné obnovy podnikatelského majetku kryje Perfekt

i finanční škody, např. zmíněné náklady na odklízecí či bourací práce, hodnotu vodního a stočného při havárii rozvodů nebo ušlý nájem v důsledku neobyvatelnosti pronajímaných prostor. V neposlední řadě lze sjednat i široké pojistné krytí pro elektronická a strojní zařízení, a to jak pro kancelářská, tak i pro ta užívaná v terénu.

Pojištění odpovědnosti lze nyní po úpravě sjednat i pro firmy s ročním obrátem až 150 miliónů korun. Nově UNIQA nabízí limity pro pojištění odpovědnosti až do 75 miliónů korun, což pro segment drobných a středních podnikatelů představuje výrazný nadstandard na trhu. U limitů plnění z pojištění odpovědnosti nad deset miliónů korun UNIQA redukovala pojistné. Svým rozsahem pojištění nadále pokrývá potřeby široké palety podnikatelských činností – od výroby a servisu přes obchod, služby až po veřejný sektor.

Pojištění asistenčních služeb klientům poskytuje potřebnou pomoc nejen při havárii a jiných nouzových situacích. Svými širokými službami se hodí i při běžném fungování firmy. Technická asistence zahrnuje pomoc řemesníků, jako jsou instalatéři, topenáři, plynaři, sklenáři, elektrikáři nebo zámečníci, využít lze i specialisty na deratizaci, stěhování, hlídací služby nebo opraváře spotřebičů. Odpovědí na stoupající rizika v digitálním světě je kybernetická a IT asistence: řeší dnes dost frekventované jevy, jako jsou napadení hackerem, zneužití platební karty, problémy s e-shopy nebo poškození pověsti firmy na internetu. Mimo jiné ale také umí obnovit data z paměťových zařízení, zkontrolovat a nastavit ochranu počítačů a počítačové sítě nebo poskytnout telefonickou konzultaci v oblasti IT problematiky. Pro malé a střední firmy je tu v neposlední řadě i asistenční pomoc týkající se právních, daňových či účetních otázek.

Současně bylo cílem inovace zachovat důležité parametry pojistného řešení Perfekt:

- **Komplexní krytí** – v jediném pojištění lze pokrýt všechna rizika, která se s majetkem a činností podnikatele pojí, a to bez ohledu na jeho velikost a obor.
- **Variabilita** – pružná „stavebnicová“ konstrukce pojištění zajišťuje pojistné krytí na míru konkrétní firmy. Podnikatel tak neplatí za ta rizika, která se ho netýkají. Přizpůsobit si pojištění přesně podle svých potřeb a velikosti svého podnikání nikdy nebylo jednodušší.
- **Transparentní smlouva a dokumentace** – klient není pojišťovák. K dispozici jsou proto jasné a přehledné pojistné podmínky, cenová kalkulace i pojistná smlouva tak, aby jim každý rozuměl. Co nemůže být pojištěním kryto, je otevřeně popsáno a vysvětleno.
- **Aktuální a nadčasový produkt** – nekryje jen to, co je běžné. Do pojištění byly promítnuty i poslední trendy a rizika, která se do podnikání klientů promítají s čím dál větší měrou, jako například nebezpečí spojená s postupující digitalizací.
- **Široký asistenční servis** činí z pojištění aktivního pomocníka nejen pro pojistné události, ale i v běžném provozu firmy.

Inovace se týká i úpisu rizik

Mimo úpravy samotných parametrů pojištění Perfekt došlo také k zásadní úpravě v oblasti ocenění rizika (underwritingu) na straně UNIQA. Vzhledem k aktuálnímu vývoji jak v české, tak i světové ekonomice, byla zavedena dvojúrovňová logika úpisu. Výsledkem změny je podstatné zrychlení servisu jak vůči obchodním partnerům UNIQA, tak vůči klientům samotným. (tz)

Podvodníci mají smůlu, ve Slavii je odhalí nově vyladěný systém

Standardní součástí každé pojišťovny je proces, který eliminuje pojistné podvody. Lidově se nazývá umělou inteligencí, ale profesionálně jej znají pod označením FMS, což je zkratka Fraud Management System. V kombinaci s provozními systémy většiny pojišťoven pracuje podle známého rčení „Důvěřuj, ale prověřuj“. Slavia pojišťovna teď připravuje jeho dokonalejší verzi.

„Tento systém se zabývá zpracováním informací o jednotlivých pojistných událostech a na základě nastaveného algoritmu rozpozná, zda nevykazují prvky podvodného jednání,“ vysvětlil vedoucí právního oddělení ve Slavii Martin Bakajsa. „Podezřelé případy se pak dostanou na stůl

vyšetřovatelům, kteří je prověří,“ doplnil. Software, který neustále analyzuje škodní události, je třeba jednou za čas vyladit. Některá kritéria už nemusí být tak přísná, jiná se v něm naopak objeví zcela nově. Pojistné podvody se totiž vyvíjejí a reagují na aktuální situaci ve společnosti.

Pokud je ekonomika horší, počet pojistných podvodů roste, a mění se i částky, ve kterých se pojistné podvody odehrávají.

„Pojistné podvody často dělají lidé, do kterých byste to nikdy neřekli,“ popsal jeden z vyšetřovatelů Slavia pojišťovny. „Nejčastěji jde o muže ve věku od 25 do 35 let z Ostravska, Ústecka, Karlovarska a Mostecka. V naprosté většině se jim skutečně nějaká škoda stane, ale její rozsah není tak velký, jak následně tvrdí. Podvodníci zpravidla nemají pocit, že by okrádali někoho konkrétního, a nedochází jim, že tím zvyšují sazby všem ostatním lidem, z nichž

naprostá většina je slušná a o žádné podvodné jednání se nepokouší,“ vyličil bývalý policista, který se už mnoho let ve Slavii zaměřuje na vyšetřování pojistných podvodů.

Podvodníkům nepřejí jenom stále dokonalejší počítačové programy v pojišťovnách, ale plány jim kříží i různé doplňky do aut. Populární vybrzdování, kterému se před pár lety na českých dálnicích věnovala dvojice Poláků s cílem získat peníze z povinného ručení „pachatelů“, kteří byli ve skutečnosti poškozenými, tak například překazil masivní rozvoj kamer ve vozidlech. (tz)

Žaluzie bez kompromisů a opravdová kvalita

Vychytat vše už ve fázi projektu. Zaměřit se na kvalitu použitých materiálů, abychom za stejný peníz koupili maximum, co trh nabízí. Na stavbě nespolehat na přesnost stavebních prací a využít rovinné přesnosti okenního rámu, a tím se zcela vyhnout improvizaci při montáži. To vše je dnes jasný trend jednotného řešení pro venkovní stínění a okna. Touto cestou se na českém trhu vydala zatím pouze značka VEKRA s žaluzií VEKRA Komfort.

I přesto, že každá stavba vyžaduje často individuální řešení detailů, venkovní žaluzie VEKRA nastavily nový trend ve stavebnictví. „Cesta jednotného řešení vnějšího stínění, které je spojeno s oknem, začíná u jednoho dodavatele, výrobce oken, jenž zároveň s ním zvolí pro danou stavbu i odpovídající variantu žaluzií, a to před zadáním oken do výroby. Pro zákazníky VEKRA jsme takto vyvinuli samonosné žaluzie VEKRA Komfort. Praxe s dlouhodobým bezproblémovým užíváním ukázala, že jde o jasně platný trend, který zvyšuje konstrukční pevnost a tedy i životnost a funkčnost venkovního stínění,“ popsal úvodem Tomáš Pilský, manažer pro inovace značky VEKRA, největšího českého dodavatele oken, dveří a stínění na klíč.

Cena je srovnatelná, ale výrobky už ne

U vnějších žaluzií je celková cena vždy složená z ceny výrobku, dopravy a montáže. „Při porovnání cen na českém trhu se dá říct, že jsou v podstatě srovnatelné. Ani jeden z výrobců tak nijak zásadně cenou nevybočuje. To však neznamená, že jsou srovnatelná i dodávaná řešení. VEKRA šla cestou posílení materiálů a precizace konstrukčního řešení, včetně ideálního spojení s okny do jednoho díla. Přesně v duchu její filozofie, že s výrobky VEKRA zákazníci vždy získají něco navíc. Platí to pro okna a platí to i pro žaluzie,“ potvrdil Tomáš Pilský z VEKRY a upřesnil: „Jasným důkazem je například jednoduše ověřitelný rozdíl v hmotnosti žaluzií. Systém žaluzie VEKRA Komfort je v těžší průměru o 40 %, a to z důvodu silnějšího plechu



na kastlíku či kovových vodicích trnů, ale například i vyššího počtu spojovacích žebříčků či vyšší gramáži jejich textilií. Vše v souhrnu dává výrobek fungující dlouhé roky bez nutnosti servisu.“

Celková cena VEKRA za dodávku na klíč je srovnatelná s konkurenčními výrobky. Zákazník však získává více ve výrobku a neplatí zbytečné náklady na realizaci, která je v tomto případě nahrazena bezpečným systémem montáže tak zvané první dobrou.

Síla odolávat poškození

Důraz na posílenou konstrukci žaluzií se odráží v jejich vyšší odolnosti vůči poškození, což bývá nejčastěji větrem. „Vše, co je na žaluzii VEKRA Komfort použito, má svůj význam v její vyšší pevnosti a nám umožňuje jistotu dlouholeté záruky, kterou si můžeme dovolit zákazníkovi poskytnout. Například už jen tvar kastlíku se silnějším plechem výrobě umožňuje skrýt maximum komponent žaluzie, a tím je chránit před poškozením, ale zároveň výrazně usnadňuje i vlastní montáž. Tvar lamel do písmene Z s těsněním jim umožňuje do sebe přesně zapadat, a tím zatažená žaluzie poskytuje nejen silné zatmění, ale i vysokou odolnost vůči větru. Díky přítomnému těsnění jsou žaluzie navíc i méně hlučné,“ uvádí Milena Tomčíková, ředitelka vývoje a produktů značky VEKRA. Zároveň doplnila: „Ucelenost systémového řešení podtrhuje provedení i takového detailu, jakým jsou vodicí trny lamel. Plastové jsou nahrazeny kovovými, které se výrazně podílejí na zvýšení odolnosti ve větru a životnosti žaluzií.“

Když vítr zafouká

Ze zkušeností vyplývá, že nejčastěji poškodí žaluzie silný vítr, a to přibližně v 60–70 % případů. K poškození dochází, pokud se žaluzie při silném poryvu větru nestihne včas zatahnout. „Je-li standardní žaluzie vydrží silný vítr o rychlosti 50 km/h, VEKRA Komfort je otestována a vydrží bouřlivý vítr o rychlosti až 68 km/h. To je o celých 30 % více, než je na trhu běžné. Tuto odolnost zlepšuje zvýšený počet žebříčků, pevnější textilie, kovové vodicí trny a pevnější lamely. Naše zatěžkávací testy ukazují, že pro lepší funkčnost a dlouhodobé používání žaluzií je právě vyšší počet opěrných bodů, tedy žebříčků, ložisek a textilií rozhodující, a proto jich VEKRA už ve standardu používá v průměru o jeden až tři navíc podle šířky žaluzie, což je až o 60 % více, než je na trhu běžné. Například u žaluzie šířky čtyř metrů jich VEKRA Komfort má ve standardu osm kusů namísto běžných pěti,“ popsala Milena Tomčíková.

VEKRA doporučuje ochránit žaluzie větrným čidlem. Pokud rychlost větru překročí nastavenou hranici, žaluzie se automaticky samy zatahnou, což zabrání jejich poškození. Pokud by přeci jenom náhodný náraz větru žaluzii poškodil, pak majiteli náklady na opravu hradí pojišťovna. Na tento fakt investoři často nejsou



upozornění, nevidí tak nutnost investovat do nákupu větrného čidla, a pak zjišťují, že ušetřili na nesprávném místě.

Jak šetřit energii

Venkovní žaluzie účinně brání přehřívání interiéru, a výrazně tak přispívají ke snížení nákladů na provoz klimatizace. V zataženém stavu bude v místnostech orientovaných ke slunci teplota o 5–7 °C menší než tam, kde venkovní stínění chybí, a klimatizace tak spotřebuje podstatně méně energie. Při dlouhodobém používání venkovního stínění pak lze snížit náklady na chlazení domu o 50–70 %, a to i proto, že nákup žaluzií je jednorázová investice, zatímco klimatizace spotřebovává energii každé léto. Objektivně je třeba zdůraznit fakt, že konkrétní úspora energie vždy záleží na charakteru stavby a ovlivňuje ji mnoho faktorů, a to zejména velikost místností, počet osob, zdroj energie pro klimatizaci, nutnost svícení, a samozřejmě i počasí či lokalita, kde stavba stojí, protože ta souvisí s počtem slunných dní v roce. Vezmeme-li vedle úspory energie v úvahu i případný negativní vliv klimatizace na zdraví, je jasné, že použití venkovního stínění je plně v souladu s trendem udržitelného a zdravého bydlení.

Rychlá montáž a bez chyby

Na stavbách dostává stále častěji pomyslnou zelenou trend montáže samonosného systému venkovního stínění, a to přímo na rám okna. „Jde o poslední fázi systému moderních samonosných žaluzií, která montážníkům nabízí pouze dva kroky montáže, v rámci kterých není žádný prostor na individuální improvizaci a v podstatě ve sto procentech případů dovedou ke správně namontované žaluzii,“ vysvětlil Pa-

vel Kašpar, manažer technického vývoje značky VEKRA, a upřesnil správný postup: „Při montáži samonosné žaluzie VEKRA Komfort se na stavbě pouze nasadí a upevní krycí kastlík na vodicí lišty a celý komplet se ukotví na okno. Skrze stěnu se protáhne kabel pro zapojení do elektriny, vyzkouší se funkčnost, a případně nahladí dálkový ovladač nebo aktivuje mobilní aplikace. Díky ukotvení na okenní rám se navíc celý prvek výrazně zpevní, proto vykazuje výbornou odolnost proti větru.“

A na závěr... česká záruční žaluziová džungle

Většina dodavatelů na zdejšímu trhu sice deklaruje záruku dvou let, ale je nezbytné, aby si stavebníci zjistili všechny detaily a podmínky. VEKRA jasně říká: bez jakýchkoli skrytých nákladů a podmínek poskytujeme prodlouženou záruku pět let, která se vztahuje na vše – jak na díly podléhající opotřebení, motor, tak i na práci a dopravu.

Bohužel na trhu se vyskytuje plno prodloužených záruk, ale s omezeními a podmínkami, ve kterých se laik obtížně orientuje. Typickým příkladem je vázání záruky na pravidelné servisní prohlídky již od prvního roku od instalace, které v plné výši hradí zákazník. Záruka se zpravidla nevztahuje na motor, díly, které podléhají opotřebení, ale třeba ani na práci či dopravu. V praxi se tak často stává, že i když má majitel žaluzie ještě v záruční době, jejich opravu musí stejně uhradit.

Venkovní žaluzie jsou dnes nejoblíbenějším typem vnějšího stínění. Z celkového množství představují 80 %. Ze zbylých 20 % většinu tvoří klasické předokenní kovové rolety a menšinový zbytek tvoří screeny ze speciálních tkanin určených pro venkovní použití. (tz)

České čerpadlo s prvotřídním servisem vás nevypeče

Vybíráte tepelné čerpadlo a neradi byste si při tom vytáhli černého Petra? Pak si dobře ověřte nejen kvalitu přístroje, ale i zvoleného dodavatele. Nejjednodušší způsob, jak problémům do budoucna předejít, je koupit tepelné čerpadlo přímo od výrobce.

„Než podepíšete s vybranou firmou kupní smlouvu, doporučuji si ověřit, zda vybrané čerpadlo také vyrobila a zda dokáže zajistit odbornou instalaci a případný servis nebo náhradní díly třeba i za deset let. Proto ACOND jakožto ryze český výrobce svá čerpadla vyvíjí, vyrábí, testuje, montuje i servisuje, abychom našim klientům zajistili, že jim naše čerpadlo poběží co nejefektivněji i po letech,“ uvedl Jakub Tykal, obchodní ředitel společnosti ACOND, předního českého výrobce tepelných čerpadel. Na našem trhu je totiž poměrně běžné, že prodávající nakoupí čerpadlo u výrobce a pak ho zákazníkovi

pouze přepradá. V mnoha případech už se ale nepostará o odbornou montáž ani o případný servis. Majiteli tak nezbyvá nic jiného, než sehnat topenáře, kteří mu čerpadlo zapojí. To ale bez správného nastavení nedokáže pracovat opravdu úsporně, a majitel tak zbytečně přichází každý rok o peníze. U některých prodejců, kteří čerpadla i instalují, zase může být za pár let problém s případnou opravou a sháněním náhradních dílů. „U tepelných čerpadel ACOND se klient může spolehnout, že si domů pořídí kvalitní přístroj od českého výrobce, který mu i po letech dokáže zajistit servis a náhradní díly. To nám usnadňuje i náš systém vzdálené online správy. Naše tepelná čerpadla při instalaci připojujeme také k internetu, a jsme tak schopni monitorovat jejich chod a na dálku řešit drobné opravy,“ vysvětlil Jakub Tykal. Kdo chce mít jistotu pohodlného a úsporného vytápění po mnoho let, měl by se zkrátka řídit jak kvalitou čerpadla, tak i zájemem firmy a dalšími službami. (tz)



Hory zahájily letní sezónu

Horská střediska postupně otvírají letní sezónu. Provozovatelé připravují velmi širokou nabídku aktivit, včetně využití lanových drah. I letos se objeví na horách novinky, zejména pro cyklisty. Zájem o české hory je ještě o něco vyšší než v loňské letní sezóně. Klesá zájem o jednodenní výlety a návštěvníci stále více počítají s vícedenními pobyty a využíváním dalších služeb a aktivit, jejichž rozvoj v uplynulých deseti letech na českých letních horách hodnotí velmi kladně.

Letní provoz horských středisek se na mnoha místech spouští o prodloužených víkendech na začátku května. Návštěvníci mohou využít lanových drah k horské turistice nebo cyklistice. Skiařeály nabízejí další volnočasové aktivity vhodné do letního počasí a v tamních půjčovnách si lze zapůjčit horská kola a elektrokola nebo terénní koloběžky. Od 2. května také portál holidayinfo.cz spouští letní provoz, kde lze najít veškeré informace o horských střediscích, včetně záběrů z webkamer.

„Loňské rekordní investice do novinek ve výši přes 250 milionů korun se sice letos neopakují, ale přesto k již tak velmi rozsáhlé nabídce atraktivit přibudou nové. Půjde zejména o rozšíření nebo budování nových trailů pro cyklisty, o které je mezi návštěvníky stále větší zájem. Investice také směřují do nových gastro provozoven, dovybavení půjčovny nebo do zlepšení kvality zázemí, včetně například nabídky stání s elektrickými přípojkami,“ řekl Libor Knot, ředitel AHS ČR.

Nejvýraznějšími investicemi jsou právě nové tratě pro cyklisty, a to jak náročně pro sjezdové profesionály, tak i rekreační pro rodiny s dětmi. Například na Špičáku u Železně Rudy kromě další tratě bikiparku otevřeli v květnu i novou restauraci. Na Dolní Moravě oslaví

první výročí fungování visutého mostu Sky Bridge 721 a k tomu otevřou téměř 4 km nových tratí pro sportovce i rodiny. Od letní sezóny 2023 budou všechny zdejší tratě součástí Bike regionu Králický Sněžník, který prostřednictvím páteří magistraly propojí šest bike parků na české i polské straně horského masivu. Pro nadšence do jízdy v terénu se tak propojí téměř 130 km tratí všech stupňů náročnosti. K rozvoji trailových tratí pro cyklisty dojde i na Lipně, v Deštném v Orlických horách, Králičáku nebo Vítkovicích v Krkonoších. Investovat se bude i na dalších místech – na Monínci vybudují beach kurty a nové atrakce v Aktivita parku, v Harrachově dovybaví dětská hřiště, v Mariánských Lázních vznikne naučná stezka apod.

Kromě zmíněných novinek bude fungovat mnoho již tradičních atrakcí pro celé rodiny, jako jsou stezky v korunách stromů, rozhledny, bobové dráhy, dětské a lanové parky, půjčovny koloběžek, kol, elektrokol apod. Nesmíme přitom zapomenout na letní provoz lanových drah, které nabízejí spojení mezi jednotlivými aktivitami, a často jsou součástí regionálních balíčků služeb.

Ve většině horských středisek se navíc v průběhu léta konají různé akce, které návštěvníkům zatraaktivní jejich pobyt. Jsou to například kulturní nebo sportovní festivaly, sjezdové i vytrvalostní závody Českého poháru horských kol, vodácké soutěže na divoké vodě nebo jízdy Dračích lodí. Ale pořádají se i různé výstavy či hudební vystoupení, fungují letní kina.

Hory letos lákají Čechy na tuzemskou dovolenou dokonce o něco více než loni. Podle průzkumu, který v dubnu nechala vypracovat AHS, se od jara do podzimu na domácí hory chystá 46 % dotázaných (+ 6 %). Naopak ubylo těch, kteří zatím návštěvu hor jen zvažují nebo na hory v letní sezóně vůbec jet nechťejí. Většina rozhodnutých plánuje vícedenní pobyt, nej-

častěji na prodloužený víkend (47 %), vzrostl i zájem o opakované kratší pobyty delší než jeden den (21 %).

„Stabilní pětina návštěvníků se i letos chystá do českých hor na týdenní a delší pobyt, naopak klesl počet těch, kteří chtějí do hor přijít jen na jednodenní výlety. To potvrzuje, že kromě samotného pobytu v přírodě návštěvníci v horských střediscích stále více počítají s širokou nabídkou služeb, kterou mohou využívat po více dní. Většina respondentů zároveň uvedla, že nabídka aktivit a zážitků na českých horách se za uplynulých deset let velmi rozvinula – 58 % respondentů udělilo na devítibodové škále nadprůměrná hodnocení 6–9 bodů,“ sdělila prezidentka AHS Kateřina Neumannová.

Kromě odpočinku se podle průzkumu nadále drží na prvních příčkách preferovaných aktivit návštěvníků na domácích horách zájem o aktivní dovolenou se sportem a také wellness. V preferencích konkrétních sportů na českých horách vede turistika (90 %) následovaná cyklistikou (45 %).

„Hory se nabízejí jako ideální místo pro trávení volného času, a to nejen proto, že v letošní sezóně je u nás připraveno víc než 91 000 km značených tras. Z toho je pěšim určeno víc než 44 000 km a 40 000 km si mohou užít silniční cyklisté. Dále je v Česku, které má vůbec nejlepší turistický systém na světě, také 3860 km pásových terénních cyklotras, 557 km lyžařských běžeckých tras, 2800 km jezdeckých stezek (hipostezky) a 149 km vozičkářských tras,“ říká ředitel České centrály cestovního ruchu – CzechTourism Jan Herget a dodává: „Tipy na to, kam konkrétně se vydat, jsou k dispozici na našem portále Kudy z nudy. Mimo jiné tam najdete detailní informace týkající se Česka pěšky, Česka na kole a aktivního Česka jako takového. A samozřejmě nechybí ani turistické cíle na horách nebo očekávané novinky sezóny 2023.“ (tz)

Naše kavárna

Martina Šimová předsedkyně FSE

Martina Šimová, předsedkyně představenstva České a slovenské asociace pro speciální potraviny, obhájila svoji pozici v evropské asociaci výrobců doplňků stravy Food Supplements Europe (FSE) a byla znovuzvolena na další dva roky předsedkyně jejího představenstva.

Výkonným ředitelem Tescan Jean-Charles Chen

Společnost Tescan Orsay Holding a.s. oznámila, že novým výkonným ředitelem (CEO) je Jean-Charles Chen. Nahradil zakladatele Tescan Jaroslava Klímu, který nadále bude působit v roli poradce.

SSI Energy posiluje svůj tým

SSI Group poskytuje již více než 32 let komplexní služby v oblasti integrovaného facility managementu. Na místo obchodního ředitele nyní nastoupil Marek Tabašek.

Sponzoring, charita, pomoc

Pro místní komunitu

Pražská strojírna, přední český výrobce kolejových konstrukcí a výhybkových systémů pro tramvajovou dopravu, přispěla v roce 2022 obnosem celkem 200 000 Kč na zajištění sociálních služeb a podporu kultury ve Víně. Finanční dary byly věnovány přímo městské části Praha-Vinohrady a spolku Kultura Víně. Peníze byly určeny pro sociálně zranitelné občany, kteří se ocitli v nesnázích kvůli zdražování energií, potravin a dalších služeb. „Fabrika je součástí místní komunity už od roku 2007. Chceme naši komunitu podpořit a pomoci těm, kteří to nejvíce potřebují,“ uvedl Robert Masarovič, předseda představenstva a generální ředitel Pražské strojírny a. s. (tz)

Lego naší legislativy

Proti klíšťové encefalitidě

Z veřejného zdravotního pojištění mají očkování proti klíšťové encefalitidě hrazené pojištěnci starší 50 let. Toto očkování patří mezi povinná. Podmínky a úhradu stanovuje zákon č. 48/1997 Sb., o veřejném zdravotním pojištění. Očkovat se mohou nechat i ti, jimž je méně než 50 let. Pojištěnci VZP mohou čerpat příspěvek na očkování proti klíšťové encefalitidě z fondu prevence – děti 700 Kč a dospělí (do 50 let) 500 Kč.

Lidé starší 50 let mají plně hrazené očkování proti klíšťové encefalitidě, tzn. hrazeny jsou všechny dávky v rámci očkovacího schématu – jak základní vakcinace, tak i následné posilovací dávky. Z veřejného zdravotního pojištění je hrazena tzv. ekonomicky nejméně náročná varianta očkovací látky. Kromě očkovací látky je hrazena i její aplikace. Zdravotní pojišťovna vakcínu i její aplikaci uhradí přímo příslušnému poskytovateli zdravotní péče. Pozor – pokud si pojištěnec vybere dražší variantu vakcíny, musí si uhradit rozdíl v ceně (doplatek) sám jako samoplátce. Tento doplatek hradí přímo smluvnímu poskytovateli, který očkování provede.

Pokud pojištěnec bylo 50 let a rozhodne se pro očkování proti klíšťové encefalitidě hrazené z veřejného zdravotního pojištění, objedná se ke svému všeobecnému praktickému lékaři nebo do některého ze smluvních zařízení VZP (například do specializovaného očkovacího centra). Doporučujeme se vždy předem informovat, zda má zařízení smlouvu s VZP i na daný výkon (konkrétní typ očkování).

Pojištěnec VZP, který nepatří do uvedené věkové kategorie (50+), a nemá tak nárok na úhradu očkování proti klíšťové encefalitidě z veřejného zdravotního pojištění, může čerpat příspěvek z fondu prevence – děti 700 Kč a dospělí (do 50 let) 500 Kč. Očkování si pojištěnec hradí sám jako samoplátce. Následně si může u VZP zažádat o příspěvek na očkování proti klíšťové encefalitidě. K žádosti musí pojištěnec připojit doklad o provedení aplikace očkovací látky, ze kterého je zřejmý název očkovací látky (nejsou vyžadovány doklady o nákupu očkovací látky). Aplikaci je možné doložit například očkovacím průkazem či potvrzením o aplikaci očkovací látky. (tz)

Udržitelnost

Holcim pro rozšíření cirkulární výstavby

Holcim, mateřská skupina společnosti Cement Lafarge, uvádí na trh svou patentovanou cirkulární technologickou platformu pro recyklaci stavebních a demoličních materiálů do nových stavebních řešení ECOCycle. Ta umožňuje recyklovat až 100 % stavebních demoličních materiálů v široké škále různých variant, od dekarbonizovaných surovin v nízkouhlíkovém cementu až po kamenivo v betonu a plniva při stavbě silnic.

„Ve všech metropolitních oblastech, kde působíme, jsme v čele cirkulární výstavby a vytváření nových budov ze starých. S naší technologií ECOCycle můžeme stavět města z měst, vše se znovu použije a nic se neztratí. S rostoucí celosvětovou populací a urbanizací je cirkulární výstavba nezbytná pro budování staveb příštích let, které budou fungovat pro společnost a planetu.“

řekl Jan Jenisch, generální ředitel Holcim. Holcim nasazuje svou technologii ECOCycle na příč celou řadou materiálových řešení, aby rozšířil cirkulární výstavbu a snížil využívání přírodních zdrojů. Tato technologie totiž umožňuje, aby beton, cement a kamenivo obsahovaly 10–100 % recyklovaných materiálů ECOCycle bez kompromisů ve výkonu, a zároveň snižovala jejich ekologickou stopu.

Jako průkopník v oblasti cirkulární výstavby uvedla společnost Holcim v minulých letech ve Švýcarsku na trh první cement na světě s 20% recyklovatelným stavebním demoličním materiálem. Na základě těchto zkušeností nyní Holcim zavádí toto řešení po celé Evropě s cementem obsahujícím stavební demoliční materiály ECOCycle. Ve Francii staví v současné době společnost první cenově dostupný bytový komplex na světě se 100% recyklovaným betonem ECOCycle. Ve Velké Británii buduje Holcim

obytnou čtvrť s 50% ECOCycle kamenivem vyrobeným ze 100% recyklovaných stavebních demoličních materiálů.

Lafarge Cement je součástí mezinárodní skupiny Holcim. Již více než 120 let patří mezi renomované výrobce stavebních materiálů se sídlem v Čížkovicích, určených převážně pro český trh. Hlavními výrobky jsou volně ložené a pytlované cementy a maltovinové pojivo Multibat Plus, a především ekologický cement ECOPlanet, zelený cement, při jehož výrobě vzniká o 30 % méně emisí oxidu uhličitého. Řadou ECOPlanet tak naplňuje firma dlouhodobé mise a cíle snížit negativní vliv cementářského průmyslu na životní prostředí. Podnikání Lafarge Cement provozuje v souladu s principy cirkulární ekonomiky a za dodržování přísných norem pro ochranu životního prostředí. Kontinuálně inovuje a upravuje výrobní technologie. Využívá více než 90 % alternativních paliv. (tz)

INZERCE

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

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

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

Nezapomeňte na knihu

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

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

Vyjednávání s respektem Melissa Davies

Autorka vás v pěti krocích seznámí s osvědčeným procesem vyjednávání, jehož výsledkem jsou trvalé dohody. Tato veskrze praktická příručka vás povzbudí a dodá vám potřebný pocit jistoty, že dokážete vyjednat jakoukoli smlouvu či dohodu, bez ohledu na její důležitost. Naučíte se využívat přístup zaměřený na řešení – přístup, který se více soustředí na výsledky než na problémy a který raději klade otázky a naslouchá, než aby se snažil protistranu přesvědčit nebo jí vnutit cizí rozhodnutí.

Rytmus roku s Hankou Zemanovou

Audionahrávka je autentická nejen díky tomu, že ji namluvila přímo Hana Zemanová – autorka tištěné varianty knihy Rytmus roku, ale i tím, že se jednotlivé kapitoly nahrávaly právě v tom měsíci, o kterém pojednávají. Hanka totiž vnímala, že do jejího hlasu i projevu je rozdílná energie ročních období obitknutá. Celoroční průvodce je rozdělený do 12 hlavních kapitol podle měsíců v roce. Dozvíte se, jak nás příroda svými sezónními a lokálními dary každý měsíc posiluje, léčí a jak sladit životní styl podle rytmů přírody.

O kapitálový trh je mezi firmami zájem

Před pěti lety, přesně 2. května 2018 v 15.37, byla přijata historicky první objednávka v rámci úpisu nových firem mířících na trh START na Burze cenných papírů Praha. Šlo o objednávku 1250 kusů akcií společnosti Prabos Plus. Úpis byl úspěšně završen 15. května 2018. Spolu se společností Prabos na trh vstoupila i společnost Fillamentum. Doposud na trh vstoupilo 14 firem, kterým se od více než 10 000 investorů podařilo získat přes dvě miliardy korun. V rámci primárních úpisů bylo podáno přes 10 000 pokynů, z nichž bylo spárováno téměř 8000 objednávek. Momentálně se na trhu obchoduje 13 firem a v letošním roce se na vstup připravuje několik dalších emitentů.



Pavel Kobic, generální ředitel Burzy cenných papírů Praha

Doposud největším primárním úpisem na trhu START byla společnost Gevorkyan, která od investorů získala více než 727 milionů korun. Jde současně o historicky první slovenskou společnost, která na trh úspěšně vstoupila.

Trh START, který je nejmladším ze čtyř trhů Burzy cenných papírů Praha, je určen pro malé a střední firmy. Primárním cílem při tvorbě pravidel tohoto trhu bylo na straně emitentů snížit bariéru vstupu na trh na co nejnižší úroveň, avšak při zachování vysoké míry transparentnosti. Pro investory přináší trh možnost investic do menších českých a slovenských firem. Investorská báze trhu START je tvořena drobnými investory, lokálními investičními fondy, a v neposlední řadě rovněž IPO fondem Národní rozvojové banky.

Při této příležitosti jsem se Petra Kobic, generálního ředitele Burzy cenných papírů Praha, zeptala:

Burza cenných papírů Praha se mění. Například projekt START určený pro menší firmy se vyvíjí slibně a letos se očekává vstup dalších emitentů. Co to znamená pro český finanční trh, o čem to vypovídá?

Znamená to jediné, o kapitálový trh je mezi firmami zájem. To považuji za naprosto klíčové. Ze své pozice prezidenta evropské federace burz vedu diskuze s ostatními šéfy burz, jak právě menší firmy na trh dostat, naučit je formu financování přes burzu používat. V tomto má Evropa obrovský handicap oproti USA. Každý trh, kde se toto začne dařit, je skvělá zpráva nejen pro danou ekonomiku, ale i pro celou Evropu. Trhy pro menší firmy jsou čistě národní záležitostí, nefungují a nikdy nebudou fungovat mezinárodně. Představa, že do českého SME velikosti 100 milionů eur bude masivně investovat někdo třeba ze Španělska nebo Německa, je utopie. Možná v budoucnu budeme mít jednotný evropský trh pro velké firmy, ale nebudeme mít takový trh pro SME. Je tedy

dobře, že na národní úrovni náš trh START funguje.

Znamená to tedy, že drobnějších investorů přibývá, že se Češi učí nakládat s volnými prostředky i prostřednictvím burzy, že se sžili s tímto prostředím?

Pomalu ano. Stále to není na úrovni západních zemí, ale posouváme se správným směrem. Samozřejmě kýžený stav je takový, jaký je v USA. Tam má v akciích část svých prostředků téměř každá domácnost, která nějaké volné prostředky má.

Kdo to ale vlastně je, drobný investor? Máte nějakou obecnou charakteristiku takového subjektu?

Kdokoliv, kdo část svých soukromých volných prostředků investuje na kapitálovém trhu. Velikostně to lze jen obtížně definovat, může to být rozpětí od někoho, kdo investuje tisíce korun až po milióny.

A začínají více investovat také ženy? Nebo mladší ročníky? Co by to vypovídalo o stavu společnosti?

Bohužel genderově orientovanou studii nemáme. Co víme ale zcela jednoznačně, je fakt, že se do investování pouští čím dál tím více mladší ročníky. Souvisí to s relativní dostupností nejrozličnějších investičních aplikací, kterých je k dispozici celá řada. Také množství informací týkajících se investování, je podstatně více na sociálních sítích. Sami tento typ informačních kanálů aktivně využíváme při komunikaci témat týkajících se burzy. Samostatnou kapitolou

však nadále zůstává investiční gramotnost. Ta se sice pomalu zlepšuje, ale stále je ještě ve srovnání se západními zeměmi nízká. Velmi by pomohlo, kdyby se tohoto více zhostil vzdělávací systém. Je sice fajn, když absolvent střední školy dokáže narýsovat průnik kuželu s jehlanem, ale ten samý žák netuší nic o složeném úročení nebo jině, zcela praktické věci, na kterou určitě během života narazí.

Vysoká inflace, nárůst a kolísání cen energií, problémy bankovního sektoru v USA, válka na Ukrajině, balíček úspor představený českou vládou, to vše jsou faktory, které nutně vedou k pesimistickým úvahám a opatrnějšímu rozhodování firem o tom, jak naložit s finančními prostředky, zda a jak investovat, kde zbrzdit. Může se to promítnout posléze i do STARTu?

Samozřejmě makroekonomická situace a všechny zmíněné vlivy mají efekt na to, jak funguje trh s primárními úpisy. Ten obecně v Evropě stagnuje. Překvapivě trhy pro malé a střední firmy, jakým je i náš START, jsou těmito vlivy daleko méně zasaženy. Zatímco tedy na regulovaných trzích počet IPO klesá, na těch neregulovaných, tedy i STARTu, je zájem ze strany firem setrvalý – naštěstí.

Jak vlastně burza napomáhá tomu, aby získala další emitenty? Je to poradenství, osvěta, vstřícná komunikace s firmami, dokonalejší servis v online prostředí?

Vše, co zmiňujete. Bohužel nejsme v situaci jako někteří kolegové ze západní Evropy, kdy burza skutečně jen čeká na firmy, které na trh přivedou poradci a investiční banky. Sami musíme být v tomto ohledu aktivní, což je dosti raritní, u nás v našich podmínkách však nezbytné. Troufnu si tvrdit, že servis, jakého se z naší stra-

ny firmám připravujícím se na vstup na burzu dostává, nemá, minimálně ve evropském měřítku, obdoby. S firmami vše řešíme a konzultujeme od samého počátku až po uvedení na trh.

Mezi menšími a středními společnostmi často figurují české rodinné podniky. Mnohé z důvodů generační výměny uvažují o prodeji, hledají vhodné investory. Mohou i z tohoto důvodu zamířit k vám?

Burza může být pro takové případy určitě vhodným řešením. Vždy, když mám příležitost s majiteli rodinných firem hovořit, tak se jim toto snažím vysvětlit. Je přeci daleko komfortnější situace zachovat si podíl ve firmě/businessu, kterému rozumím, nechat vedení na profesionálním managementu a vše sledovat a kontrolovat z pozice v dozorčí radě, než celou firmu prodat a pak řešit úplně nový problém, jak naložit s nabytou hotovostí. V Německu je na burze celá řada rodinných firem – například Volkswagen.

Proč by se neměl bát investor svěřit peníze právě firmám, které se zapojily do STARTu? Kde jsou rizika a kde jasný přínos?

Pozor, trh START není pro začínající investory. Je to trh pro investory, kteří jsou již zkušení, umí číst hospodářské výsledky firem a obecně jsou tolerantnější k riziku. Každopádně kdo má své akciové portfolio, je pro něj trh START určitě vhodným doplňkem. Vždy jsme říkali, že investice na trhu START jsou svým charakterem více podobné investicím typu „private equity“, tedy investici s dlouhodobějším horizontem. Výhodou oproti private equity je nižší vstupní bariéra, co se minimální výše investice týče, a hlavně potenciální možnost vystoupit z investice prakticky kdykoliv.

otázky připravila Eva Brixl



Novinky a připravované změny

Burza cenných papírů Praha hledá cesty, jak ještě lépe, efektivněji, komunikovat s odbornou veřejností, jak průběžně zlepšovat své služby, jak investorům vycházet vstříc, zdokonalovat servis. Podnikla proto následující kroky:

Publikování finančních dat

Pro další posílení transparentnosti a přístupu k informacím pro investory začala burza u firem obchodovaných na trhu START nově publikovat jejich finanční data. Jedná se o rozvahu, výkaz zisků a ztrát a vybrané finanční ukazatele. Data je možno stáhnout ve formátu XLSX, a využít je tak případně pro další zpracování.

Kalendář informačních povinností

Emitenti trhu START dobrovolně zasílají burze informace o termínech zveřejnění základních informačních povinností. Tyto termíny jsou

nově publikovány v přehledném kalendáři informačních povinností, kde jsou rovněž publikovány termíny START Days.

Kontinuální obchodování

S ohledem na poptávku ze strany investorů, členů burzy, ale i některých vybraných emitentů přistoupí burza ke změně způsobu obchodování emisí na trhu START. Doposud byly emise obchodovány denně v rámci samostatné aukce v časech od 9:00 do 12:35. Nově, od 1. září 2023, budou všechny emise trhu START obchodovány v kontinuálním režimu, tedy stejným způsobem jako ostatní akcie na trzích PRIME, STANDARD a FREE. Obchodování v kontinuálním režimu probíhá od 8:50 do 16:25 hod. „Cílem zavedení režimu kontinuálního obchodování je zejména posílení transparentnosti. Pro investory bude tento způsob obchodování přehlednější. Sekundárním efektem může být i vyšší likvidita, byť ta není tím hlavním motivem této

úpravy“, řekl Petr Kobic, generální ředitel Burzy cenných papírů Praha.

Index PX START

S rostoucím počtem emisí na trhu START dochází rovněž k poptávce po speciálním indexu. Burza počítá se zahájením výpočtu indexu PX START v průběhu čtvrtého kvartálu roku 2023 – přesný termín zahájení výpočtu bude oznámen. Index bude počítán jednou denně ze závěrečných cen, půjde tedy o tzv. cenový index, jakým je například index PX-GLOB.

Nová vizuální identita Burzy cenných papírů Praha a Centrálního depozitáře cenných papírů

Burza cenných papírů Praha po 18 letech přichází s úpravou své vizuální identity. Poslední změnou v tomto směru prošla burza v roce 2005, kdy bylo představeno logo s charakteristickými písmeny PX. Nyní dochází k úpravě stylizace těchto

písmen, tak aby bylo logo modernější a více odpovídalo současným grafickým trendům.

Svoji vlastní vizuální identitu získává nově Centrální depozitář cenných papírů, který ji doposud sdílel s burzou. Vzhledem k měnící se struktuře businessu, větší orientaci na koncové klienty a připravovaným projektům je vlastní vizuální identita žádoucí. Nové logo Centrálního depozitáře cenných papírů si však zachovává vizuální podobnost s logotypem Burzy cenných papírů Praha, takže je příbuznost a businessová propojenost obou společností patrná. „Tuzemský kapitálový trh stále potřebuje osvětu ohledně jeho funkce a významu, a to jak mezi veřejností, tak také politiky. Pražská burza je již zavedenou značkou, ale Centrální depozitář cenných papírů a jeho roli zná málokdo. Věřím, že vlastní identita pomůže zviditelnit, a především lépe porozumět přínosu této instituce na finančním trhu,“ sdělil Ondřej Dusílek, generální ředitel Centrálního depozitáře cenných papírů. (tz)