

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

Nupreme jako požitek pro zdraví

Před deseti lety začínala firma dvou společníků jako typická garážovka. Víze byla jasná. Dělat to, co bude zakladatele bavit a zároveň to prospěje lidem. A začali vyvíjet a vyrábět doplňky stravy a potraviny s vysokým obsahem funkční složky. Jenže ne ledajaké. Nejenže na trh uvedli produkty s perfektní garancí kvality díky rozborům každé dovezené šarže surovin, v segmentu způsobili revoluci v oblasti chuti. Po boku špičkové kvality nyní stála nebývalá lahodnost. Ze zdraví prospěšných výrobků, které ne vždy bývají dobrotou, tak udělali požitek. A tahle sázka, která stojí vždycky víc úsilí i prostředků, se jim vyplatila. Dobrá chuť jejich produkty charakterizuje. A dnes jsou k dostání v řadě známých obchodů, lékáren i e-shopů pod značkou Nupreme. Jednoho ze zakladatelů značky, Petra Žemličky, ředitele marketingu, jsem se při příležitosti uvedení osmi vyladěných novinek na trh zeptala:



Petr Žemlička, spoluzakladatel značky Nupreme a její marketingový ředitel

Vaše firma není nováčkem, ale ani nepatří k nejmladším. Přesto už máte za sebou milióny, o něž se mohou vaše reference opřít...

Samotná historie značky Nupreme se začala psát až relativně nedávno. Vymysleli jsme, vyráběli a malé firmě se začalo dařit. Zájem obchodních partnerů v rámci České a Slovenské republiky, ale také těch ze zahraničí, byl pak příčinou velkých úvah, kudy vlastně půjdeme, jak se chceme profilovat, čeho bychom rádi dosáhli. To nás přivedlo k velkému rebrandingu. Chtěli jsme, aby se naše výrobky nesly v jasném a jednotném stylu. Nupreme je kvalita, která chutná. Jsou to produkty, které ztělesňují koncept výživy budoucnosti. Ta je o požitku i maximálním užítku pro tělo. A přáli jsme si, aby tomu zákazníci rozuměli stejně po celém světě, proto jsme před třemi lety rozhodli, že je potřeba našemu úsilí dát ucelenou vizi, misi i vizuální identitu.

Tedy velký skok...

Dá se to tak říci. A velmi užitečný. Mnohé jsme si ujasnili. Začali jsme také promýšlet receptury nových výrobků z oblasti potravin, hledat další možnosti seberealizace ve vysoce konkurenčním oboru.

Ale začali také exportovat, že?

Ano, zájem zahraničních odběratelů nás potěšil, dnes vyvážíme několik produktů do Německa, a zároveň se chystáme na další expanzi. Značce se podařilo vybudovat velmi kvalitní vztahy s koncovými obchodními partnery, což zpočátku nebyla lehká cesta. Nyní už nabídky ke spolupráci přicházejí více samy. Některé také ze zahraničí. Všechny produkty máme zalistované i na Slovensku, ale toužíme rovněž proniknout do okolních zemí. Je však dost možné, že dříve, než se objevíme v ostatních státech Střední Evropy, nás najdete třeba v Portugalsku, Jordánsku nebo na Tchaj-wanu, kde je poptávka po malých výrobcích s vycizelovanými produkty velká.

Vzpomenete si, podle čeho jste tvořili název značky?

Potřebovali jsme doménu s koncovkou .com, takže to bylo docela náročné. Nupreme vzniklo jako složenina dvou anglických výrazů: Nutrition neboli výživa a supreme, tedy vrcholný, nejvyšší jakosti. Charakter značky vystihují dvě marketingové persony. Objevitel je odvážný, dobrodružný, statečný a miluje výzvy. Je ochoten vyzvat i sám sebe, aby se objevil a našel. Dru-

hý, hrdina, není žádný komiksový polobůh, ale osobnost, která se stává statečnou a odvážnou vstříc obecné nespravedlnosti a okolnostem. Tento hrdina se rodí z každodenního uplatňování svých zásad. Jmenované dvě charakteristiky lze spatřit i v přístupu Nupreme k neustálému analyzování dostupných nových možností, jak obohatit jídelníček populace o zajímavé látky a ingredience, které člověku dnešní velmi dynamické doby umožní uchovat si vitalitu a fyzickou i duševní rovnováhu. Nupreme ale současně touží po maximální kvalitě a transparentnosti složení, i proto provádíme laboratorní analýzy dovážených surovin.

Nejsou vaše představy spíš sny a ideály?

Sny máme rádi a ideály k businessu, který má mít smysl, patří. Bez nich bychom stáli na místě. K naší DNA však také patří pokora. Čím více zkušeností a znalostí máme, tím se respekt k tomu, co děláme, zvyšuje. A o to více se chceme učit, zkoumat a přicházet s inovacemi, které budou lidem prospěšné. Důkazem toho, že se zájem o zdravou výživu v populaci mění, je třeba větší zájem mužů o to, co konzumují, než tomu bývalo dříve.

pokračování na straně 4

V investičním světě AI člověka nenahradí

ChatGPT a další nástroje na bázi umělé inteligence sice mohou v investování představit výhodnou pomůcku, nicméně mají své limity a člověka nikdy plně nenahradí. Myslí si to zakladatel české investiční platformy Fondex. „ChatGPT má potenciál signifikantně zefektivnit práci, může být užitečný například při vyhledávání nebo agregaci informací ohledně konkrétního cenného papíru. Rozhodně bych neřekl, že tato technologie může nahradit kvalitní a personalizovanou přípravu dlouhodobých investičních strategií, nicméně určitě může ohrozit sektor investičních poradců,“ řekl Jan Hlavsa z Fondexu.

AI není v investičním světě žádná novinka. Algoritmy, které dokážou zpracovat velké množství volně dostupných dat a na jejich základě obchodovat a zároveň se učit z historie, se už desítky let používají. Některé specializované zahraniční hedge fondy se dokonce přímo na to zaměřují. Využití stroje typu ChatGPT k automatizaci obchodování na burze je ale spíše utopie. „ChatGPT a jemu podobné nástroje jsou primárně jazykoví roboti, nikoli obchodní systémy. Umějí vyhledávat a agregovat již existující texty. V tom je ale velký rozdíl – pro automatické obchodování na burze a vyhledávání vhodných příležitostí je potřeba analytických a matematických nástrojů, nikoli lingvistických,“ komentoval možnost využití stávajících jazykových AI v investicích Jan Hlavsa.

ChatGPT by podle něj mohl fungovat podobně jako dosud užívané algoritmy. „Stejně jako u analýzy cenných papírů také u analýzy trhu se stane dobrou pomůckou, když dokáže efektivně agregovat informace a data. Nakonec to ale vždycky bude jenom pomůcka; konkrétní závěr si analytik musí udělat sám,“ sdělil Jan Hlavsa, který AI rád přirovnává k nástroji pro zefektivnění práce – tak jako jím ve své době byl e-mail, internet, MS Office nebo třeba Bloomberg Terminal.

Výzvou podle něj bude, nakolik dokáže AI nahradit bankéře a poradce. „Už dlouho víme, že aktivní správa peněz nemusí být lepší než pasivní investice, které podle statistik přinášejí dlouhodobě lepší zhodnocení. Sektor finančních poradců se tak má čeho obávat i bez umělé inteligence, která může podstatnou část jeho práce zastoupit,“ zmínil Jan Hlavsa a upozornil, že než spoléhat na AI nebo kohokoli jiného, je lepší investovat tam, kde není potřeba být aktivním traderem. Právě Fondex, které manželé Hlavsovi před lety založili, je součástí tohoto trendu. Nabízejí možnost ukládat peníze do akcií a dluhopisů přes burzovní obchodované fondy ETF. Investice jsou tak rozloženy např. mezi akcie největších amerických firem nebo mezi státní dluhopisy. Registrace probíhá online a bez zbytečných prostředníků, investovat lze už od 1000 Kč. (tz)

Najdete uvnitř listu

Umělá inteligence jako nejlepší partner personalisty	3
Udržitelnost je naší strategií	5
Pohrnou se české malé a střední firmy do hrátek s umělou inteligencí? Rozhodne přístup majitelů	7
Praha je pátou nejžádanější kongresovou destinací světa	11
Nepříznivá událost v malých a středních firmách může znamenat konec podnikání	16

Společnost dm zlevnila téměř 2000 produktů stálého sortimentu

Společnost dm zlevňuje. Novým nastavením dlouhodobých cen reaguje na postupnou stabilizaci trhu, pokles cen energií a dalších vstupních nákladů. Zlevňování se od května dotklo bezmála 2000 produktů jak privátních dm značek, tak i značkových produktů. Jde přibližně o 12 % celého sortimentu.

Vysoké ceny energií a krize na trhu vedly v posledních letech ke zvýšení cen spotřebního zboží. „Stejně jako ostatní hráči na trhu jsme dopady této dynamiky plně pocítili. Nicméně jsme se v maximální možné míře snažili dlouhodobě

investovat do cenové stability z vlastních zdrojů. K přenesení zátěže na zákazníky jsme přistupovali jen omezeně,“ vysvětlil Jiří Peroutka, manažer komunikace dm drogerie markt. Jelikož se situace postupně začíná stabilizovat, reaguje společnost dm investicí do cen a zlevňováním produktů s cílem ulevit zákazníkům.

K postupnému snižování cen docházelo již od začátku roku 2023. V květnu přistoupila společnost dm k razantnímu snížení cen, kdy ve dvou vlnách přecenila více než 700 značkových produktů. A v červnu společnost dm dále zlevňovala. K 5. červnu snížila ceny u více než 1000 značkových produktů a k 21. červnu u více než 200 produktů privátních značek.

Snižování cen se tak od května dotklo celkem 1949 produktů napříč stálým sortimentem dm, včetně těch nejprodejnějších produktů, jako jsou sprchové gely, mýdla, opalovací přípravky, deodoranty, čističe, prostředky na mytí nádobí, prací prostředky, dětské pleny, dětská kosmetika nebo třeba dětská výživa. V souladu s cenovou strategií společnosti však nejde o jednodenní nebo týdenní krátkodobou akční nabídku. Každé snížení cen je v dm platné minimálně pro dobu čtyř měsíců, a zákazníkům tak přináší jistotu cenové stability, aby si mohli své nákupy naplánovat a zboží pořídit v době, kdy ho skutečně potřebují. Díky tomu šetří nejen svým časem, ale i penězi. (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: 4. července 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 inzercí: 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 inzercí 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

www.madambusiness.cz

FRESH TIME

www.freshtime.cz

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

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

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

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

S tužkou za uchem

Bitva o benefity

Úsporný balíček vlády vyvolává odpor u těch, kterých se dotkne. Ano, snižovat růst státního deficitu je nutné, přijmout jisté oběti bude nevyhnutelné. Jde jen o to, kdo na to vše nejvíc doplatí a komu se vládní škrtky vyhnou. Už je téměř jisté, že firmy poskytující svým zaměstnancům nejrůznější benefity, příjdomu o daňové zvýhodnění. Ti silní je budou poskytovat dál ze svého, protože podporu sportu, zdravotním a jiným programům budou lidé vyžadovat. A na pracovním trhu není situace, která by právě nahrávala zaměstnavatelům. Střední a menší podniky, které hospodaří na hranici rentability, budou váhat a velmi pečlivě rozhodovat, co z benefitů a v jaké výši zachovají a čeho se budou muset vzdát. Jak už to bývá, větší bere, což bude platit o pracovní síle dvojnásob. Uvidíme, jak dopadne na tomto kolbišti soubor Fialova kabinetu s odbory. Nechci být falešným prorokem, ale vím, že ministři si velmi dobře spočítali, komu sáhnout do peněženky a kde by se jim to mohlo vymstít. A proto škrtají tam, kde si to mohou dovolit a sotva sáhnou například na přebujelý byrokratický aparát. Rád bych se mýlil...

Pavel Kačer

Zaujalo nás

Etiketa od umělé inteligence

Vodka Amundsen přišla s limitovanou letní edicí, která je vybavena jedinečnou hravou etiketou. Tu podle zadání společnosti Stock Plzeň-Božkov navrhla úplně poprvé umělá inteligence. A jak je vidět, má i smysl pro humor! Zadání znělo, aby nadesignovala etiketu na motivy toho, jak Amundsen vodka tráví nadcházející měsíce, jak vypadá skandinávské léto a jak by to mohlo vypadat, kdyby i amundsenští husky naslouchali svému šestému smyslu. Výsledek se podařil. Vodka Amundsen v sobě ukrývá křišťálově čistou a šestkrát destilovanou tekutinu, která je přímo stvořená pro míchání odvážných a osvěžujících letních drinků.

(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 Rálíš, MBA**, zakladatel značky fin4Business
- **Ing. Hugo Kysilka**, poradce a malíř
- **Ing. Vít Pěkný, Ph.D.**, odborník na problematiku automobilového trhu
- **Prof. Ing. Růžena Petříková, CSc.**, 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
- **PaeDr. Petr Paksí, DBA**, jednatel a obchodní ředitel JAP FUTURE s.r.o.

Přívěs poháněný energií z obnovitelných zdrojů

Speciální přívěs, který plní funkci energetického ostrova, představil největší tuzemský výrobce přívěsů Agados na veletrhu IDET. Ukázal, kudy se ubírají trendy energetické soběstačnosti v přímém propojení s obnovitelnými zdroji a mobilitou. Vše můžete řídit a optimalizovat na dálku přes mobilní nebo satelitní systém. Nový přívěs lze připojit i za osobní automobil.

Energetický přívěs je vlastně autonomní elektrárna poháněná solárními panely a doplněná malou větrnou elektrárnou. Vedle dalších výhod nabízí mobilitu a možnost přísunu potřebné energie přesně tam, kde je jí zrovna zapotřebí. To ocení nejen armáda nebo složky Integrovaného záchranného systému. Mobilní elektrárna sama dokáže plně napájet například další produkt z dílny Agados – polní kuchyni, která má při záchranných operacích kapacitu až 900 strávníků.

Společnost Agados se inspirovala energetickými ostrovy zajišťujícími soběstačnost bez ohledu na vnější vlivy a vsadila na vlastní cestu využívající primárně obnovitelné zdroje. „Energetický přívěs tak využívá ekologickou energii – ať už solární, nebo z baterií, případně jejich kombinaci. Navíc umí získat část energie z pomocného větrného zdroje, který však slouží především k udržení funkčnosti řídicí jednotky a komunikace v rámci systému,“ řekl o technologické novince Petr Ostrý, jednatel společnosti Agados.

Přívěs vznikl na platformě DONA-55 ve spolupráci s firmou Mifre Energy, dodavatelem fotovoltaických systémů SAWEP. Fotovoltaických panelů je standardně šestnáct, celkem vyrobí 6160 Wp. Těm pomáhá osm trakčních baterií po 185 Ah. Celý systém je připravený k připojení do energetické sítě, disponuje zásuvkami

podle evropského standardu a umožňuje také dobíjení baterií.

Zcela v duchu dalších speciálních přívěsů Agados jde i tentokrát o systém navrhovaný přesně na míru konkrétního zákazníka. Díky individuálnímu přístupu je tak možné postavit přívěs se specifickým výstupním napětím nebo velikostí trakčních baterií.

Energetický přívěs byl po zásluze jedním z hitů letošního brněnského veletrhu IDET. Nešlo ale o jediný produkt, díky kterému společnost Agados na Mezinárodním veletrhu obranné a bezpečnostní techniky zabodovala. Firma se zde prezentovala dvojnápravovými obojživelnými přívěsy do terénu, které mají nezávislé odpružení kol, umožňují i zapojení lyží a mohou se pohybovat v náročném terénu, včetně vody. Právě to ocenili odborníci novináři, kteří v rámci ceny Zlatý IDET News 2023 v kategorii logistika ocenili Agados za široké spektrum víceúčelových a speciálních přívěsů, včetně zmíněných obojživelných terénních modulů pro ozbrojené složky a Integrovaný záchranný systém. O jejich funkcičnosti i popularitě pak nejlépe svědčí, že produkce Agadosu pro armádní sektor tvoří pětinu obrátu a očekává se, že podíl nadále poroste.

Agados je v České republice největším výrobcem přívěsů a zároveň jedním z největších evropských výrobců přívěsů v kategorii O1 a O2 (celková hmotnost přívěsů do 750 kg a do 3500 kg). Agados ročně prodá okolo 30 000 vozíků. Společnost je zastoupena ve většině evropských států a na území České republiky. Polovina produkce míří za hranice. Společnost Agados nabízí přívěsy z široké palety vyráběných brzděných a nebrzděných typů různého použití, rozměrů, použitého materiálu a bohatého příslušenství. Zajišťuje i kompletní servis a prodej náhradních dílů i na starší typy přívěsů. Výrobou přívěsů se zabývá od roku 1992. Sídli ve Velkém Meziříčí.

(tz)

Slavia pojišťovna za cenu dvou káv

Slavia pojišťovna má novinku 2coffee. Jde o upravený produkt majetkového a odpovědnostního pojištění pro mladé lidi, kteří se často domnívají, že žádné pojištění nepotřebují. Škody a nehody se však nevyhýbají ani jim. Za cenu dvou káv si proto nyní mohou na internetu nebo mobilním telefonem rychle sjednat základní pojištění, které jim celý měsíc kryje záda v případě běžných problémů. Produkt 2coffee má vlastní grafické ztvárnění a inspirované principy, které používají například platformy Spotify nebo Netflix. „Tohle pojištění je určené lidem ve věku od 18 do 35 let, kteří rádi cestují, vyznávají sdílené bydlení a dopravní prostředky a aktuálně je neláká vlastnictví bytu, domu nebo auta,“ řekl ředitel marketingu Slavia pojišťovny Ondřej Svoboda.

(tz)

Partneři www.iprosperita.cz

hlavní partner:

VARNSDORF TOOLS

partner plus:

HASIČSKÁ UZÁJEMNÁ POJIŠTŮVNA, a.s.

partneři:

odborní partneři:

Prosperita vás provází děním v businessu už 25. rokem!

Umělá inteligence jako nejlepší partner personalisty

V médiích se stále častěji varuje před riziky, jež přináší rozvoj umělé inteligence. Máme se tedy bát? Ne, když budeme této technologii nejen rovnocenným spoluhračem, ale budeme ji intelektuálně převyšovat. O tom, co to znamená, jsme hovořili s Jiřím Halbrštátem, manažerem náboru a marketingu ManpowerGroup.

Od revolučních technologií se očekávalo mnohé a doprovázel je často strach. Budou ty dnešní, umělá inteligence, rozšířená realita a další, spíše přátelské k lidem, nebo jejich postavení na trhu práce budou ohrožovat?

Zatím se potvrzuje spíše to, co jsme viděli u dřívějších verzí umělé inteligence nebo technologických inovací. Lze očekávat, že generativní AI bude většinou automatizovat úkoly a dovednosti v rámci jednotlivých pracovních míst, nikoliv nahrazovat celá pracovní místa. To nám umožňuje outsourcovat rutinní úkoly – a uvolnit si tak čas pro kreativnější a intelektuálně náročnější činnosti. Nejde o souboj my versus umělá inteligence nebo lidé versus stroje. Místo toho jde o to, jak můžeme tyto nástroje využít k rozšíření a vylepšení našich jedinečných lidských dovedností, a naopak více se zaměřit na člověka. Jisté ale je, že charakteristika většiny pracovních rolí se bude ještě rychleji proměňovat a od každého pracovníka bude očekávána jiná podoba přidané hodnoty. Na jednu stranu nám technologie ulehčí práci nebo umožní lidem dělat práci, kterou by dříve nezvládli (například v IT může usnadnit programování aplikací), na druhou stranu se od lidí bude očekávat především doplnění schopností umělé inteligence, které ona nezvládne (formulace zadání pro AI, vyjednávání se zákazníky, vytváření vztahů). V reklamním businessu koluje vtip: „Nahradí AI grafické designéry? To by museli nejdřív klienti vědět, co chtějí.“

Jak může digitalizace pomoci náborářům, kteří hledají potřebné talenty?

Umělá inteligence může být použita ve všech fázích náborového procesu. Začít můžeme při

psaní poutavých inzerátů, které personalistům moc nejdou. AI může pomoci při hledání a identifikaci skrytých talentů a potenciálních kandidátů. Například prostřednictvím analýzy profilů na profesních sociálních sítích může AI identifikovat kandidáty, kteří odpovídají požadavkům na určitou pozici a udělat předvýběr seřazení priorit podle atraktivity kandidáta. Již na základě této analýzy lze získat porozumění jejich dovednostem, zkušenostem a osobnostním rysům. Hodnocení a výběr: AI může být použita k hodnocení a výběru kandidátů na základě různých faktorů, včetně analýzy jejich dovedností, zkušeností a výkonů. AI může sestavit nevhodnější test nebo dotazník, ty následně vyhodnotit a vytvořit porovnání uchazečů podle výsledků testů. Může být také použita analýza jazyka při vyhodnocení psaných odpovědí uchazečů a vytvoření psychologického profilu. Chatboty a virtuální asistenti: AI je často využívána k vytvoření chatbotů a virtuálních asistentů, kteří mohou komunikovat s kandidáty a poskytovat informace o pracovních pozicích. Dokážou v úvodní fázi obvolat kandidáty z databáze, zjistit základní informace a ověřit prvotní zájem. Mohou odpovídat na otázky a vykonávat základní předvýběr. Tímto způsobem může AI zlepšit rychlost a efektivitu komunikace s uchazeči. Vyvíjejí se nástroje pro analýzu videa, které dokážou vyhodnotit projev a mimiku kandidáta a vypracovat jeho psychologický profil. Může jít například o analýzu nahraného videopohovoru.

Změní se tedy celá personalistika ve firmách?

Zapojení AI nástrojů do náboru zaměstnanců má potenciál výrazně ovlivnit oblast personalistiky ve firmách, avšak nelze tvrdit, že tato technologie zcela promění celou personalistiku, nýbrž ji spíše obohatí a posílí. Většina manažerů při náboru zaměstnanců používá spíše intuitivní postupy při výběru zaměstnanců. Nevyužívání profesionálních postupů založených na datech vede k nevhodnému složení týmu nebo umístění lidí na pozice, na které se nehodí nebo manažer zapojuje do výběru své předsudky, což vede k diskriminaci. AI nástroje v náboru zaměstnanců umožňují efektivněj-

ší a objektivnější hodnocení kandidátů. Díky pokročilým algoritmům a analýze dat dokážou rychle provést iniciální výběr z velkého množství uchazečů a identifikovat ty nevhodnější kandidáty. Tím dochází ke zvýšení efektivity a úsporám času a zdrojů při procesu náboru.

A jiný přínos?

Dalším přínosem AI nástrojů je jejich schopnost analyzovat velké objemy dat a identifikovat skryté vzorce a trendy. To může být využito k identifikaci kandidátů se skrytým potenciálem, ke sledování trhu práce a konkurence, a k předpovídání budoucích potřeb v oblasti lidských zdrojů. Přestože AI nástroje přinášejí mnoho výhod, je důležité si uvědomit, že lidský faktor stále zůstává klíčovým. Personalistika není pouze o technologiích, ale také o lidském rozhodování, empatii a strategickém uvažování. Zaměstnanci vyžadují lidský kontakt, podporu a schopnost vyřešit komplexní problémy, které nejsou jasně definovány. Zapojení AI nástrojů do náboru zaměstnanců je spíše komplementární než nahrazující. Správné využití těchto nástrojů vyžaduje synergii mezi technologiemi a lidským kapitálem.

Klade umělá inteligence, blockchain, strojové učení, rozšířená realita nové nároky nejen na náboráře, ale i na odborníky v informačních technologiích?

Tyto technologie přinášejí nové možnosti a výzvy, které je třeba efektivně zvládnout, aby byl nábor úspěšný a aby byly využity výhody, které tyto technologie nabízejí. Zapojení umělé inteligence a strojového učení do náborových procesů vyžaduje odborníky, kteří mají hluboké znalosti těchto technologií a jsou schopni je správně aplikovat na konkrétní potřeby a cíle firmy. Tito odborníci by měli mít schopnost analyzovat a porozumět datům, vytvořit a optimalizovat algoritmy pro výběr a hodnocení kandidátů, a zajistit, aby procesy byly objektivní, transparentní a spravedlivé. Rozšířená realita (AR) nabízí nové způsoby interakce s kandidáty a prezentace pracovního prostředí. Odborníci v informačních technologiích jsou nezbytní pro vytváření a správu AR aplikací,



Jiří Halbrštát, manažer náboru a marketingu ManpowerGroup

kteří umožňují realistickou simulaci pracovních situací, virtuální prohlídky pracovišť a interaktivní prezentace zaměstnavatele. Jejich dovednosti v programování a vývoji aplikací jsou zásadní pro efektivní využití AR ve prospěch náborových procesů.

Můžeme si dovolit počkat, až vyspělý svět s novými digitálními technologiemi 21. století získá zkušenosti, abychom se z nich sami poučili? Nebo nesmíme ztrácet drahocenný čas, aby nám konkurence neutekla?

AI masivně vstupuje do všech oblastí fungování firem. Ztráta času může znamenat ztrátu konkurenční výhody, neboť další společnosti mohou již využívat moderní technologie a dosahovat efektivních výsledků. Rychlost inovace je v dnešním konkurenčním prostředí klíčová. Proto je důležité nezůstávat pozadu a aktivně sledovat, zkoumat a experimentovat s novými digitálními technologiemi a jejich aplikací v praxi. To neznamená, že byste měli nerozvázně nasazovat každou novinku, která se objeví. Místo toho je důležité provést analýzu a vyhodnocení, jaký potenciál, výhody a rizika daná technologie přináší pro vaši konkrétní organizaci. Je důležité nalézt rovnováhu mezi očekáváním a potřebou získávat zkušenosti a současnou potřebou rychlé reakce na nové digitální výzvy.

za odpovědi poděkoval Pavel Kačer

Flexibilní využívání vozů pro firemní i soukromé účely bez závazků

Malým a středním firmám, které potřebují automobil jen občas nebo nevědí kolik v daném období budou automobilů využívat, se vyplatí vsadit na službu carsharingu. Nemusí tak zbytečně draze vozový park pořizovat a udržovat. Přepravu mají vyřešenou bez starostí a zbytečných nákladů a zaměstnancům je navíc nabízejí pro vlastní potřebu jako benefit. To může ocenit mnoho firem v Praze, kdy je složité a drahé parkovat na placených zónách. S Anytime lze totiž zadarmo neomezeně parkovat na všech modrých, fialových i oranžových zónách ve všech městských částech.

Firma se službou Anytime Business ušetří za pořizování a provoz firemních aut, má vždy k dispozici přesně tolik aut, kolik potřebuje, nemusí se vázat a službu může kdykoliv přerušit nebo zrušit. Jednoduše má také přehled o nákladech na pracovní cesty a každého zaměstnance. V době boje o zaměstnance a budování ekologické firemní kultury tento způsob dopravy mohou využít jako benefit, který navíc šetří životní prostředí. Tento fakt je pro mnoho zaměstnanců v současnosti také velmi důležitý.

Služba Anytime Business přináší firmě k dispozici stovky spolehlivých vozů zcela bez závazku. „Anytime Business je služba vhodná pro všechny typy společností, zejména

však pro malé a střední firmy, které auto potřebují pouze občas nebo nevědí, kolik aut budou kdy reálně využívat. Zaměstnanci si pak chválí,



foto Pixabay

že jim firmy vozy nabízejí jako benefit pro soukromé použití,“ řekl Milan Beutl z Anytime Carsharing.

Využití sdílených aut je pro firmu jednoduché. Anytime vytvoří firemní profil, kam přidá jméno zaměstnance firmy. Uživatel služby si pak může libovolně přepínat mezi firemním a soukromým profilem a firma dostává pravidelné výpisy služebních jízd, kde vidí informace o všech jízdách, včetně vzdálenosti, času jízdy, ceny a jména řidiče. Vše je možné rychle vyřešit na business.anytimecar.cz. A pořízení této služby je navíc velmi jednoduché. Firma vyplní formulář, Anytime pro ni vytvoří firemní účet, k němu se připojí zaměstnanci a může se jezdit. „Dotyčný pracovník si pak před každou jízdou zvolí, zda jde o soukromou, nebo služební jízdu. Všechny služební jízdy jsou pak automaticky strhávány z firemního účtu, stejně tak, když jde o čerpaný benefit. A firma týdně dostává report s přehledem všech služebních jízd. Každý měsíc zjednodušený daňový doklad ke všem jízdám. Je to zkrátka jednoduché,“ sdělil Milan Beutl. (tz)

Česká kuchyně má podporu



Již 15 let projekt CzechSpecials – Ochutnejte Česko podporuje a zároveň certifikuje restaurace, které dobře vaří česká jídla. Od loňského roku je podpora a certifikace rozšířena i o cukrárny a kavárny, které nabízejí kvalitní české zákusky.

V současné době je certifikováno 65 restaurací a 20 cukráren a kaváren po celé České republice a další si o certifikaci zažádaly. Mezi nově certifikované patří například Grand Hotel Pupp v Karlových Varech, restaurace pivovaru Bernard Na Štokách v Humpolci, restaurace, pívce a kavárna Obecního domu v Praze, restaurace La Favorita z Jičína, kavárny a cukrárny Café Della Porta z Libochovic a Karmelka z Mladé Boleslavi. Na rozvoji a administraci projektu CzechSpecials – Ochutnejte Česko spolupracují agentura CzechSpecials a Asociace kuchařů a cukrářů České republiky. Společně plánují akce pro zviditelnění certifikovaných provozoven, a samozřejmě i pro propagaci české kuchyně a českého cukrářského umění. Seznam certifikovaných restaurací a cukráren i veškeré podmínky pro udělení certifikace naleznou zájemci na webových stránkách projektu www.czechspecials.cz. (tz)

Ledničky jsou na trhu sto let

První model chladicích skříní v kuchyni přišel na trh před sto lety, u nás se však rozšířil až o 50 let později. Dnes lednička nechýbí prakticky v žádné domácnosti, někdy však jde o přístroje, které by se spíše hodily do muzea. Více než polovina Čechů má totiž doma ledničky starší pěti let a v některých domácnostech tyto spotřebiče slouží nepřetržitě i desítky let. Lidé je neobměňují, protože náklady na pořízení nového přístroje bývají vysoké. Přitom držet si doma staré modely ledniček se jim nemusí vyplatit, mají totiž vysokou spotřebu a mohou obsahovat nebezpečné freony.

Historie prvních chladicích přístrojů sahá až do 19. století. Šlo o těžká a hlučná zařízení, která se pro použití v domácnosti příliš nehodila. První model ledničky, který mohl stát samostatně v kuchyni a neměl robustní motor ve sklepě, uvedla na trh americká společnost Frigidaire v roce 1923. „První předchůdce dnešních ledniček se před sto lety stal v USA velkým hitem. Nicméně u nás se masivní prodej těchto spotřebičů rozšířil až v sedmdesátých letech minulého století,“ uvedl Petr Kubernát ze společnosti REMA Systém, která zajišťuje efektivní recyklaci vysloužilých elektrozařízení.

V současnosti nechýbí lednička téměř v žádné české domácnosti, problémem je však stárání spotřebiče. „Češi nákup nové ledničky vnímají jako velkou investici, a proto s výměnou váhají. V českých domácnostech tak nacházíme i historické kousky starší třiceti let,“ doplnil Petr Kubernát. Skoro 60 % Čechů používá v domácnosti kombinované ledničky, které si pořídili před více než pěti lety. V případě samostatných ledniček a mrazáků je číslo ještě vyšší. Vyplyvá to z šetření Energo Českého statistického úřadu z roku 2021.

U zastaralých typů ledniček a mrazáků porizených před několika desetiletími se v chladicích jednotkách používaly freony. Při poškození či poruše elektrospotřebiče tyto agresivní plyny unikají do ovzduší. „Freony narušují nejen ozónovou vrstvu, která Zemi jako štít chrání před ultrafialovým zářením, ale projeví se i na klimatických změnách, které představují globální hrozbu pro celé lidstvo,“ upozornil Petr Kubernát. „Bezmála 400 g freonů, které staré ledničky obsahují, má na naši ozónovou vrstvu obdobný účinek jako emise 4,3 t oxidu uhličitého. Pro lepší představu dodejme, že freon z jedné staré lednice může poškodit ovzduší stejně, jako kdybychom s autem, které má benzinový motor a spotřebu 7 l / 100 km, ujeli vzdálenost 27 000 km,“ sdělil.

Lidé, kteří vlastní staré lednice, se však otravy nebo přímého ohrožení zdraví bát nemusí. „V případě bezporuchového chodu spotřebičů nehrozí zdraví obyvatel žádné nebezpečí. Pokud u zastaralých spotřebičů dojde k poruše chladicího systému, kdy netěsností pozvolna uniká chladicí náplň, osobám v jejich blízkosti otrava nehrozí, neboť jde o velmi nepatrný obsah plynu ve vzduchu, který se mísí s kyslíkem, a jeho účinky tak nejsou natolik škodlivé našemu zdraví,“ vysvětlil Jiří Stanislav Kalivoda, soudní znalec v oboru elektronika a elektrotechnika.

Freony se od roku 1996 při výrobě lednic jako chladiva již nevyužívají. „Nové chladiva obsahují menší procento škodlivin, které při zachování veškerých technologií při jejich likvidaci životní prostředí tolik neznečišťují,“ upozornil Jiří Stanislav Kalivoda. Firmy naopak vyvíjejí technologie, které jsou šetrné k přírodě a komfortnější pro spotřebitele. I to je důvod, proč by lidé měli u spotřebičů starších deseti let zvážit, zda není nutná celková obměna. Novější elektronika dokáže ušetřit spotřebu elektrické energie, a díky tomu i několik tisíc korun ročně. „Jak u ledniček, tak i u šuplíkových mrazniček se v posledních letech čím dál více uplatňuje takzvaná beznárazová technologie No Frost. Spotřebič tak není nutno manuálně odmrazovat, a kromě toho dochází i ke snížení spotře-

by elektrické energie a k prodloužení trvanlivosti uložených potravin,“ doplnil Roman Matulík, Category Manager značky ETA.

Při obměně starých spotřebičů za nové řada lidí neví, kam vysloužilé elektro patří, a nechávají si ho doma. Případně je kvůli nadměrné velikosti sami nezvládnou odvézt na sběrný dvůr. Takové chování je však rizikové, protože tyto elektrospotřebiče musejí být správně likvidovány, aby nedocházelo právě k úniku škodlivin a znečišťování životního prostředí. Správnou recyklaci z nich lze navíc získat velké množství cenných druhotných surovin. Při recyklaci se zařízení postupně rozebere, odstraní se z něj všechny nebezpečné látky a pak se roztřídí materiály jako kov, plasty a nekovové materiály. Ty jsou následně využity pro výrobu nových produktů. „Z běžné velké lednice můžeme díky recyklaci dále využít přes 35 kg železa, téměř 15 kg plastů, necelých 5 kg kovů jako například hliník a měď, ale také třeba sklo nebo izolaci,“ přiblížil Petr Kubernát ze společnosti REMA Systém. „Lidé mají z výměny ledničky obavy i kvůli její velké hmotnosti, náročného odvozu se však rozhodně bát nemusí. Díky službě Buď líný umožňujeme každému se pohodlně zbavit vysloužilých elektrospotřebičů nad 10 kg. Bezplatně jim totiž z domu odvezeme staré lednice či jiné elektro a postaráme se o vše potřebné,“ řekl Petr Kubernát. (tz)

Nupreme jako požitek pro zdraví

dokončení ze strany 1

Ženy samozřejmě stále jako zákazníci převažují, ale muži rychle přibývají, hlavně ti, kdo dbají o zdravý životní styl, kteří potřebují přijímat vyvážený poměr minerálních látek, stopových prvků a vitamínů, třeba sportovci nebo manažeři s ohledem na nutnost podávat mimořádný výkon. Cílovou skupinou značky jsou však všichni, kteří chtějí pečovat o své tělo i mysl, zajímají se o to, co za své peníze dostávají, každý den vědomě žijí příběh svůj i svých blízkých a my toužíme být přirozenou součástí toho všeho.

Jak ještě byste popsal své zákazníky?

Nejčastěji se jejich věk pohybuje mezi 30 a 50 lety. Z 65 % tvoří zákazníci ženy, z 35 % muži. Jde především o ty, kteří mají průměrné a vyšší příjmy. Nejsme značka, která by chtěla konkurovat cenou. To vždy znamená kompromis na straně kvality. A to nechceme. Díky našemu objevitelskému temperamentu zkoumáme přírodu a možnosti přírodních zdrojů do detailu a nabízíme nám nekonečný prostor pro inovace. Klíčová je pro nás také transparentnost ve složení, řada výrobků nese označení Clean Label. To znamená, že v nich nenajdete žádná zbytečná aditiva, umělé konzervanty, barviva či jiné negativně působící či zbytečné látky. Nupreme ztělesňuje produkty, které mají ambici přispívat na každodenní bázi ke správným stravovacím návykům. Zároveň je cílem značky své zákaznické i širokou veřejnosti na poli doplňků stravy a dobrot s vysokým podílem funkčních složek edukovat a ukazovat jim, jakým směrem by se měla kvalita v segmentu ubírat a podle čeho moudře a dobře vybírat.

Plyne z toho, jak moc si zakládáte na kvalitě, důležitá je transparentnost a bezpečnost. Co si pod tím přesně představíte?

Většina našich doplňků stravy se vyrábí v České republice, v případě potravin a funkčních snacků pak na Slovensku. Suroviny jako chlorella, spirulina či mladý ječmen se však u nás ve velkém pěstovat nedají, a tak je dovážíme z třetího světa. Další pak nakupujeme v rámci EU. Všichni dodavatelé jsou léty prověřeni, dbají na vysokou jakost a pojí nás dlouhodobé vztahy. Klíčem k ohlídání kvality je konzistentnost. Proto značka nakupuje suroviny jen od prověřených, ideálně stále stejných zdrojů. Všechny dovezené ingredience procházejí analýzami v akreditovaných českých a německých laboratořích. Testuje-



me dokonce každou dovezenou šarži surovin. Provádíme rozboru na těžké kovy a poměrně obsáhlou mikrobiologii. Namátkově testujeme pesticidy, polyaromatické uhlovodíky a mykotoxiny. Výsledné protokoly k analýzám jsou dostupné na našem e-shopu Nustore.cz, kde si je zákazníci mohou kdykoli stahovat a prohlížet. Říkáme tomu důkaz místo slibů a myslíme si, že by to měl být zlatý standard u všech výrobců v našem oboru. Někteří to dnes již takto také dělají a my z toho máme velkou radost, protože na tom vždy benefituje ten nejdůležitější, a tím je zákazník.

K surovinám, které nakupujeme pro výrobu v rámci EU, vyžadujeme stejně rozsáhlé analýzy jako k těm dováženým ze zemí mimo sedmadvacitku. Výstupní kontroly se pak odehrávají ve smluvních certifikovaných balírnách.

Když jste před lety hledali to, co jste nakonec sami začali dodávat na trh, moc spokojeni jste nebyli, ať šlo o obsah, nebo chuť. Proč právě ona hraje tak důležitou roli ve výrobcích, které jsou zdravé?

Je to docela jednoduché. Když vám něco nebude chutnat, těžko se přesvědčíte k tomu, abyste si to kupovala, i když to bude sebevíc zdravé. Nupreme si zakládá na unikátních surovinách. Největší know-how však spočívá v tom, jak se do výrobků suroviny vhodně zakomponují, aby byly splněny i nároky na špičkovou chuť. Na začátku nás stálo poměrně hodně úsilí vytvořit u našich výrobků požadovanou lahodnost. Pamatují si, kolikrát jsme museli první Beauty Bons vrátit do vývoje. Ale je to cesta objevování, která nás baví, přestože je nákladná na energii i čas. Někdy se totiž stane, že máme surovinu se skvělými parametry, přesně zapadající do konceptu připravované receptury, má perfektní nutriční profil, ale chutná přílišně. O to víc musíme složení ladit a hrát si



s ním. Chceme, aby bylo Nupreme o požitku, o příjemných emocích. A ty jen designem obalu nikdy nevytvoříte. Chuť je zkrátka prioritou a skvělé složení samozřejmost.

Váš e-shop nustore.cz je jedním z prodejních kanálů. Budete ho dále rozvíjet?

Samozřejmě, ale čeká nás toho v blízké době poměrně mnoho. Za Prahou máme připravený pozemek, kde bychom rádi postavili vlastní sklad a menší výrobní některých produktů. Hodně úsilí nyní vkládáme také do marketingu, abychom posílili zákaznické povědomí o naší značce, tady máme určitý dluh z minulosti. Proto hledáme adekvátní cesty, jak se rozumně zviditelnit. Vlastní e-shop je jednou z možností. Zdarma na něm funguje naše poradna s kolegyní Míšou, výživovou poradkyní. Chystáme se ještě dále rozšířit frekvenci a obsah článků v našem magazínu v rámci edukace zákazníků. Zde vznikne řada velmi atraktivních, a hlavně praktických příspěvků, které osvětlí problematiku co nejvyšší využitelnosti účinných látek pro náš organizmus. Obsahu bude časem přibývat také v souvislosti s novinkami, které jsme nyní uvedli na trh.

Jaké to tedy jsou?

Začnu s minerálními látkami, Magnesium Complex se šafránem, Zinc Complex a Iron Complex. Na první pohled možná nepůsobí unikátně, protože obsahují běžně známé účinné látky. Výjimečné jsou však svým složením, čistotou a formou účinných látek, to považujeme za zcela klíčové pro maximální vstřebatelnost, či chcete-li využitelnost, pro náš organizmus. Obsahují dále vysoké množství účinných prvků, zároveň jsou však prosté jakýchkoliv přídavných látek, které jsou pro tělo nevhodné či zbytečné. Naopak kromě hlavní

účinné látky obsahují ještě další z oblasti vitamínů, minerálů, stopových prvků či extraktů, které maximalizují zdravotní benefity novinek.

Tempo 21. století je náročné. Stres i tlak na výkon patří mezi velké žrouty minerálních látek v našem těle. A moderní strava tak vysoké nároky na příjem dostatečného množství těchto mikroživin dokáže zajistit jen stěží. To nás motivovalo k vyvinutí vlastní nové řady produktů. Doplňky stravy na bázi minerálních látek jsou dnes už běžnou součástí našeho životního stylu. V tom, co si z nich naše tělo dokáže skutečně vzít, je ale propastný rozdíl. Liší se vstřebatelností, využitelností, a dokonce i bezpečností. Ve všech ohledech organizmu prospívají mnohem lépe formy organické. A právě ty nyní máme v naší nabídce.

Mezi další novinky patří bioaktivní koenzym Q10, který jsme rozpustili pouze v MCT oleji. Jde vlastně o výtažek z kokosového oleje, který pozitivně ovlivňuje vstřebatelnost nejen Q10, ale také dalších zbytečných přídavných látek. Náš koenzym Q10 má dvě hlavní přednosti. Protože jde o bioaktivní formu, tedy ve zkratce látku tělu vlastní, maximalizujeme tak jeho využitelnost pro organizmus.

Dále jsme naše portfolio rozšířili o produkt Premium Collagen Peptides, který v sobě kombinuje kolagenní peptidy, nejlépe vstřebatelnou formu kolagenu, s dalšími látkami, jež ještě zvyšují jejich využitelnost pro tělo.

Síla kolagenních peptidů spočívá v tom, že se tyto stokrát menší částice, než je molekula kolagenu, dokážou dostat až do tkání, kde se z nich stávají informační a stavební látky pro produkci mladých kolagenních molekul. Super Greens je zase unikátní směs tří zelených superpotravin v biokvalitě, kterou jsme zabalili do autentické pistáciové chuti. Z tohoto výrobku lze připravit lahodný nápoj, který zlepšuje celkovou bilanci přijatých tekutin, a dodá přitom tělu unikátní sestavu živin a fytonutrientů v čele s chlorofylem. Dopřát si ho lidé mohou kdykoli během dne, nejlépe však před jídlem, kdy trávení ještě není zatíženo naší běžnou stravou. Ale naordinovat si ho lze také mezi jídly nebo jako součást koktejlů.

Vyvinuli jsme rovněž bioaktivní B-komplex Nupreme, v němž najdete kompletní spektrum všech potřebných „béček“, jako je B1, B2, B3, B5, B6, B7, B8, B12, cholin, kyselinu listovou. Některé vitamíny jsou zastoupeny vedle základních navíc i ve svých bioaktivních formách. Jako poslední bych jmenoval revoluční ovesnou tyčinku, která v jedné porci člověku dodá víc než třetinu doporučené denní dávky vlákniny, a k tomu samozřejmě skvěle chutná.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí

Udržitelnost je naší strategií

Pojmy jako udržitelnost a společenská odpovědnost vstoupily do našich slovníků a staly se samozřejmostí, s níž posuzujeme to, co děláme, i to, co prospěšného pro Zemi přináší firma a organizace. Stále silněji vnímáme fakt, že planetě nelze jen brát, ale musíme jí i něco dávat, být dobrým hospodářem, zodpovědným člověkem. Tento smysluplný pohled na zachování života se stal pro mnohé z nás samozřejmostí. Velmi silně ho chápou a podporují v PENNY, a to již řadu let. Násobí své aktivity, rozvíjejí je k dokonalosti, přemýšlejí o dalších. Většinu z nich známe z vlastní praxe zákazníků, kteří do PENNY chodí nakupovat. Jak toto počínání vnímají, na to nám odpověděl Ing. Tomáš Kubík, tiškovský mluvčí zmíněné společnosti:

Udržitelnost je silné téma dneška. Jak je chápene PENNY po zkušenostech z minulých let?

Udržitelnost a společenskou odpovědnost vnímáme zejména z lokálního pohledu. Máme přes 410 prodejen, a ty jsou i v celé řadě malých měst a městyň po celé republice. Ve všech těchto místech chceme nejen přinášet nabídku kvalitních produktů za nízké ceny, ale i podporovat lokální producenty nebo pomáhat zlepšovat okolí, ve kterém všichni společně žijeme. Rádi říkáme, že chceme být pro místní jako dobrý soused. Ukazuje se totiž, že i když je celá řada celosvětových problémů a výzev, lidé vnímají nejpalčivěji to, co se děje v jejich bezprostřední blízkosti. A krásné na tom všem je, že můžete mít lokálně zaměřené projekty a zároveň dělat něco pro planetu. Proto také podporujeme a pravidelně se zapojujeme do úklidových akcí nebo přispíváme k vysazování deseti miliónů

stromů. Stromy vedle produkce kyslíku pomáhají zadržovat vodu v krajině a pomáhají vyrovnávat teplotu, což s ohledem na opakované vlny veder bude do budoucna ještě velká příležitost k naší seberealizaci.

Vydali jste zprávu o udržitelnosti 2023. Co vyplývá z rekapitulace výsledků? Splnili jste doposud vše, co jste si předsevzali?

Jsmo na dobré cestě. Rozvíjíme své dlouhodobé projekty a postupně přidáváme další ve všech oblastech našeho podnikání. Například v prosinci loňského roku jsme otevřeli ve Skutči naši nejvíce udržitelnou prodejnu. Je celá ze dřeva, využívá celou řadu ekologických technologií a máme na ni velmi dobrou zpětnou vazbu od zákazníků i odborné veřejnosti. Podobný projekt plánujeme realizovat i v letošním roce. Daří se nám snižovat energetickou náročnost dalších prodejen, instalujeme solární panely, dobíjecí stanice pro elektromobily a máme celou řadu společensky odpovědných projektů.

Který z nich je vám osobně nejbližší?

Jsem rád za všechny projekty, kterým se věnujeme. Jedním z největších témat je pro nás v poslední době podpora včel a opylovačů obecně. Pro mě osobně je to krásná ukáзка toho, jak můžete být aktivní lokálně a zároveň poukazovat na jeden z globálních problémů, kdy se svět potýká s úbytkem tvorů, kteří jsou zásadní nejen pro produkci potravin, ale i zachování biodiverzity.

V polovině července loňského roku jsme ve své prodejně v Praze-Uhřetíně na jeden den odstranili všechny produkty, které by bez včel a dalších opylovačů nevznikly. Chybělo přes 60 % sortimentu. Akce vzbudila velký ohlas v médiích i v široké veřejnosti. A já mám velkou



Ing. Tomáš Kubík, tiškovský mluvčí PENNY

radost, že před několika dny získala tato akce druhé místo v Českých cenách za PR Lemur pořádanou Asociací Public Relations Agentur.

Co máte v plánu s projektem PENNY pro včely? Zkusíte třeba podporovat zálibu ve včelaření u vlastních zaměstnanců?

Aktuálně máme více než dva milióny včel u všech našich logistických center. Do budoucna bychom rádi měli úly alespoň u některých našich prodejen. Zde ale narážíme na otázku bezpečnosti. Hledáme tedy možnosti a věříme, že najdeme takové prodejny, kde budeme moci přispět k rozvoji biodiverzity v okolí a zároveň neohrozit své zákazníky ani zaměstnance.

Zároveň se i nadále věnujeme osvětě a prohlubujeme naši spolupráci s organizacemi, které podporují rozvoj včelařství u nás, jako je například SOUV Nasavrky nebo Český svaz včelařů. V rámci naší spolupráce jsme se stali i partnerem soutěže mladých včelařů Zlatá včela.

Bude se váš program na podporu udržitelnosti v nadcházejícím období měnit, rozvíjet? V jakém směru?

Své projekty neustále rozvíjíme a posouváme kupředu. Například dlouhodobě se věnujeme prevenci plýtvání potravinami. Vedle letité spolupráce s Potravinovými bankami jsme v loňském roce představili projekt bedýnek, kdy zákazníkům ve vybraných prodejnách nabízíme

2 kg ovoce a zeleniny, které už nesplňují nejpřísnější kvalitativní standardy, přesto jsou stále nezávadné a chutné, za pouhých 19,90 Kč. Pilotní projekt, se kterým jsme začali v sedmi prodejnách, jsme v průběhu loňského podzimu a letošního jara rozšířili na současných více než 150. Stejně tak náš projekt PENNY pro zoo, kdy do zoologických zahrad a zooparků posíláme ovoce a zeleninu, které už nechceme nabízet zákazníkům, a přitom je stále ještě nezávadné pro zvířata, vyvolává zájem. Aktuálně spolupracujeme již s 30 zoologickými zahradami a zooparky po celé republice.

Letos na jaře jsme pak spustili zcela nový projekt s aplikací Nesněženo. Jejím prostřednictvím prodávají hotely, restaurace, pekárny nebo obchody s potravinami jídlo s blížící se dobou konce trvanlivosti s výraznou slevou. Zákazníci si prostřednictvím aplikace mohou nyní najít prodejnu PENNY, kde mohou koupit za cenu 79 Kč připravený balíček obsahující ovoce, zeleninu, pečivo nebo chlazené zboží, kterému se blíží datum spotřeby. Hodnota zboží je minimálně 160 Kč, zákazník tak dostává na zakoupené produkty slevu 50 % a více.

Díky všem těmto projektům se nám daří ročně zachraňovat desítky tun potravin.

A je stále složitější hledat cesty, jak pomoci planetě, anebo je život stále viditelněji předkládá sám?

Právě naopak. Každý z nás může okolo sebe vidět důsledky lidské činnosti, které jsou ne vždy pozitivní. K tomu se přidává celá řada výzev a potřeb různých částí společnosti, ať již jsou to senioři, děti, rodiče samozivitelé, či nemocní. Jak již jsem zmiňoval, my se snažíme pomáhat hlavně v místech, kde působíme.

Jak pozná zákazník vaše aktivity věnované planetě?

Před několika týdny jsme spustili nový web www.pomahamehkycesky.cz, kde představujeme, dá se říci, „best of“, tedy ty nejlepší a nejdůležitější projekty v oblasti CSR a udržitelnosti, kterým se věnujeme. Pokud se někdo bude chtít dozvědět ještě více podrobností nebo získat informace o dalších projektech, může si přečíst naši Zprávu o udržitelnosti, kde dopodrobna popisujeme všechny své aktivity a projekty. Ta je k dispozici na výše zmiňovaném webu nebo na www.penny.cz.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí



Zlatá včela 2023 s podporou PENNY

V rámci podpory včelstev je PENNY v letošním roce partnerem soutěže mladých včelařů Zlatá včela. Letošní již 33. ročník pořádaný Českým svazem včelařů pod záštitou ministra zemědělství vyhrála Adéla Brodská z Českých Budějovic.

Z oblastních kol soutěže pořádaných v dubnu a květnu postoupilo do červnového finále 36 dětí. „Naše podpora včel zahrnuje několik oblastí. Nejenže se sami staráme o desítky včelstev u našich logistických center i prodejen, ale také chceme pomáhat při výchově nové generace včelařů. Proto jsme se spojili s Českým svazem včelařů, který v loňském roce oslavil 150 let od svého vzniku a po stejnou dobu se stará o svoji mládež. V rámci naší spolupráce jsme se stali i partnerem soutěže mladých včelařů,“ řekl Petr Baudyš, vedoucí oddělení kvality PENNY, odpovědný za projekt PENNY pro včely a dodal. „Myslíme na budoucnost. Nejde jen o to, co my sami pro naše okolí děláme, ale je potřeba vychovávat a podporovat budoucí generace, které

se budou o přírodu, v tomto případě včelstva, starat po nás.“

Soutěžící v rámci letošního ročníku konaného v areálu SOUV Nasavrky absolvovali vědomostní test, a následně v praktické části poznávali rostliny, včelařské pomůcky, ochutnávali med, a ukazovali praktické dovednosti včelařské praxe. O pouhého půl bodu ve vyrovnané soutěži vyhrála Adéla Brodská z kroužku Gymnázia Jírovceva v Českých Budějovicích, která bude spolu s Helenou Bendovou z Votic a Lukášem Loukotou ze Stříbra, kteří se umístili na 2. a 3. místě, reprezentovat Českou republiku na letošním setkání mladých včelařů IMYB ve Slovinsku.

PENNY podporuje včely dlouhodobě a komplexně. Kromě chovu vlastních včel v okolí svých logistických center a vybraných prodejen po celé zemi spolupracuje s Botanickou zahradou hl. m. Prahy a podílí se na expozici Medonosné rostliny a včely. Připravilo také pro zákazníky akci PENNY pro včely, na níž představilo svoji prodejnu bez produktů, na jejichž vzniku se včely podílejí. V loňském roce pak navázalo spolupráci i s nejvýznamnějším

včelařským učilištěm u nás SOUV Nasavrky a s Českým svazem včelařů, ve kterém je organizováno 95 % včelařů v ČR, aby podporovalo výchovu nové generace včelařů. K tomu Jarmila Machová, předsedkyně Českého svazu včelařů dodala: „Český svaz včelařů si velmi váží spolu-



práce s PENNY, které výrazně přispělo na organizaci finále Zlaté včely 2023. Nejde zde jen o partnerství a spolupráci svazu a významného řetězce v ČR, ale také o pomoc člena svému spolku a naopak. Vždyť jde o dobrou věc a naši malí včelařiči si naši péči zaslouží.“ (tz)



Jen některé z realitních fondů porazily v uplynulém roce inflaci

Realitní fondy jsou velmi populární, v posledním kvartále loňského roku jich přibýlo zhruba 40 000. Nejvýkonnější nemovitostní fondy kvalifikovaných investorů jsou přitom mnohem výnosnější než fondy retailové. Často uváděným důvodem je odlišná zákonná regulace, nicméně podíl na tom nejsou také rozdílné investiční strategie – pro běžné investory nejsou v nabídce fondy s agresivnějším přístupem.

Z představené palety zástupců pouze Top 5 fondů kvalifikovaných investorů dokázalo na třech letech porazit inflaci. Strmý růst hodnoty portfolií je již pravděpodobně minulostí, nyní musí manažeři portfolií spoléhat na růst nájemného. To je snazší u logistických a průmyslových ploch, v případě kanceláří a bytů se uplatnění inflačních doložek může setkat s odporem. Na druhou stranu aktuální situace na trhu umožňuje výhodné akvizice těm fondům, které mají dostatečné finance.

Realitní fondy jsou nástroje kolektivního investování. Umožňují investovat do nemovitostí, přičemž majetek je tvořen především komerčními nemovitostmi, jako jsou logistické, průmyslové parky, kanceláře, hotely, obchodní centra, ale také bytové domy. Manažeři portfolií realizují nákupy za peníze vkladatelů nebo s využitím bankovních úvěrů. Celkové zhodnocení fondů se skládá z nájmu a z růstu hodnoty podkladových aktiv, tj. nemovitostí v majetku fondu. Cena nemovitosti je pravidelně stanovována nezávislými znalci.

„Od začátku letošního roku roste na světovém realitním trhu napětí. Tento stres byl zesílen poslední dubnovou nedělí, kdy v USA nastal největší bankovní krach od finanční krize v roce 2008. Úřady převzaly banku First Republic Bank, která byla vzápětí zahrnuta pod křídla kolosu JPMorgan Chase & Co. Už v březnu skončily neslavně také dvě jiné středně velké americké banky,“ uvedl Robert Novoměstský, analytik společnosti Freedom Financial Services.

Analytici se shodují, že další problémy se projeví v komerčních realitách. Před bouří va-



roval například také Charlie Munger, pravá ruka Warrena Buffetta: „Máme spoustu problémových kancelářských budov, obchodních center a dalších realit. A čelíme zde řadě potíží,“ řekl Charlie Munger pro Financial Times. Předpovídá, že jak budou ceny nemovitostí padat, tak současně začne v amerických bankách růst objem špatných úvěrů.

Tyto a podobné výroky ukazují na obavy ohledně zdraví sektoru komerčních realit, kanceláří především. Globální trh trápí rychle rostoucí úrokové sazby a propad obsazenosti kanceláří, který nastal během pandemie. Návrat zaměstnanců do práce z homeoffice není vůbec automatický. Při obnovování nájemních smluv z předcovidových let vlastníkům kanceláří reálně hrozí snížení nájmu.

Logistické a průmyslové nemovitosti byly výše popsanými událostmi zasazeny méně než ostatní odvětví komerčních realit. Obsazenost je vysoká, například v ČR je podíl volných ploch pod 2 %. Nájemné v těchto typech realit roste.

„Obecně ale platí, že realitní trh zažil po letech hojnosti významný propad. Vysoké úroky zasáhly všechny, tedy nejen kupující bytů na hypotéku, ale také investory do komerčních nemovitostí. Ceny začaly klesat, i přes tyto obtíže dokázaly dostupné fondy dodat i dvouciferné výnosy,“ upozornil Robert Novoměstský.

Nemovitostní fondy, které jsou investorům v ČR k dispozici, víceméně prokázaly značnou finanční odolnost. Nejen fondy kvalifikovaných investorů (alespoň jeden milion korun), ale dokonce i retailové fondy (zaměřené na drobné strádatele) dokázaly v několika případech vynešt více než například spořicí účty nebo termínované vklady. Hned tři fondy kvalifikovaných investorů dokonce porazily 15,1% inflaci.

Analytici se shodují, že ve střednědobém horizontu by měla být výkonnost nemovitostí stabilní. Fondy samotné jsou ve svých odhadech budoucí výkonnosti konzervativní, výnosy přes 10 % neslibují – dlouhodobý očekávaný výnos je v řádu jednotek procent. Například fond Accolade zaměřený na průmyslové nemovitosti letos počítá se 7 %. Zásadní bude, jak se portfoliomanageři vypořádají s prostředím vysokých úrokových sazeb a klesajícími cenami nemovitostí.

V kategorii určené kvalifikovaným investorům byl nejvýnosnějším fondem Jet Industrial Lease. Za dvanáct měsíců roku 2022 dosáhl zhodnocení 18,4 %. Inflaci překonal ještě podfond společnosti Wood & Company zaměřený na obchodní centra (17,5 %) a také Realia (malobchodní parky), ten vynesl 15,2 %. Další kategorií jsou fondy retailové. Ty jsou určené drobným strádatelům, jsou více regulované, a jejich výnosy tak bývají nižší. Nejvyšší výkonnost nabídl fond Raiffeisen, a to 10,4 %. V kategorii retailových fondů výsledky potěšující nebyly – ani jeden zástupce nedokázal porazit celkovou třiletou inflaci. (tz)



5 nejvýkonnějších fondů kvalifikovaných investorů v roce 2022

fondy kvalifikovaných investorů	výnos v roce 2022 (%)
Jet Industrial Lease	18,4
Wood & Company Retail Podfond	17,5
Realia Fund	15,2
Arete Industrial	12,2
Fond Domus	11,4

5 nejvýkonnějších retailových fondů v roce 2022

retailové fondy	výnos v roce 2022 (%)
Raiffeisen realitní fond	10,4
Mint rezidenční fond	10,0
ZFP realitní fond	9,6
Generali Investments, Fond realit	8,0
Nemo Fund	7,9

5 nejvýkonnějších fondů kvalifikovaných investorů za poslední tři roky

fondy kvalifikovaných investorů	výnos za poslední tři roky p.a. (%)
Accolade Industrial Lease	16,0
Wood & Company Office Podfond	10,1
Fond Domus	9,7
Wood & Company Retail Podfond	9,7
ZDR Investments	8,7

5 nejvýkonnějších retailových fondů za poslední tři roky

retailové fondy	výnos za poslední tři roky p.a. (%)
ZDR Investments Public	6,8
Conseq realitní	6,4
Raiffeisen realitní fond	6,2
ZFP realitní fond	5,6
Nemo Fund	5,6

5 největších fondů kvalifikovaných investorů podle hodnoty majetku na konci roku 2022

fondy kvalifikovaných investorů	hodnota nemovitostí (mld. Kč)
Accolade Industrial Lease	36,41
Wood & Company Office Podfond	11,26
ZDR Investments	9,48
NOVA Real Estate	8,34
Wood & Company Retail Podfond	5,15

5 největších retailových fondů podle hodnoty majetku ke konci roku 2022

retailové fondy	hodnota nemovitostí (mld. Kč)
Reico ČS nemovitostní	37,33
Investika realitní fond	17,81
Czech Real Estate Investment Fund	7,75
Conseq realitní	4,78
Nemo Fund	3,10

zdroj: ISTI, HN

Investiční skupina Portiva vstupuje na pole wealth managementu

Pro movité lidi v Česku se otevřela nová služba individuální správy majetku na nejvyšší úrovni. Pod značkou Portiva Wealth Management ji spustila tuzemská investiční skupina Portiva. Kromě zhodnocování peněz nabízí široké portfolio doplňkových služeb tak, aby dokázala klientům komplexně a na míru zastřešit osobní i firemní finance.

Vedle profesionálního účetního a daňového servisu má Portiva Wealth Management ve svém portfoliu například i vysoce specializované právní poradenství či služby concierge. „Skupina Portiva se už pět let úspěšně stará o správu majetku svých akcionářů. Díky tomu si o to více uvědomujeme, že movití klienti v tuzemsku na poli wealth managementu obvykle stále ještě nemají možnosti odpovídající vyspělým zahraničním tr-

hům. Proto jsme se rozhodli využít naše know-how a přijít se službou, která to změní,“ řekl výkonný ředitel skupiny Portiva Pavel Svoreň.

Portiva Wealth Management má být alternativou a doplňkem především k privátnímu bankovníctví. „Služby tohoto typu bývají i pro movité klienty zpravidla omezené jen na určité portfolio institucionálních produktů. I sebelepší poradce či bankéř pak mívá svázané ruce a nemůže nabídnout adekvátně široký a osobní servis,“ popsal Pavel Svoreň.

Služby Portiva Wealth Management jsou určeny klientům s majetkem v řádu desítek milionů korun a více, kterých je v Česku podle různých odhadů celkem asi 20 000. Na špičkové úrovni o ně budou pečovat elitní investiční poradci s bohatými zkušenostmi z oblasti privátního bankovníctví. „Náš tým stavíme na velmi úzké skupině nejlepších profesionálů v oboru,

kterí umí pracovat s bonitní klientelou, perfektně znají její potřeby v oblasti správy majetku i mimo ni a vědí, jak komplexní servis potřebuje. Jde nám o vysoce individuální přístup na míru a mimořádnou kvalitu,“ uvedl ředitel Portiva Wealth Management Adam Vaškeba.

V první fázi do konce letošního roku plánuje Portiva Wealth Management dobudovat zhruba desetičlenný tým pečlivě vybraných osobních poradců, kteří budou spravovat majetek klientů v celkové hodnotě až jedné miliardy korun. Ve spolupráci s externími experty na různé oblasti navíc dokážou zajistit i vysoce specializované projekty, jako například asistenci a poradenství při velkých fúzích či akvizicích, nebo přímé ekvitní koinvestice do firem.

Ve střednědobém horizontu pak Portiva Wealth Management plánuje navýšit objem majetku pod správou na vyšší jednotky miliard ko-

run. Dlouhodobě hodlá pracovat především s produkty třetích stran či individuálními investičními příležitostmi na míru. Investiční fondy skupiny Portiva, jako je například Watt & Yield zaměřený na výrobu energie z obnovitelných zdrojů či připravovaný Watt & Build, který se má zabývat developmemem fotovoltaických a větrných elektráren, bude Portiva Wealth Management využívat pouze jako doplněk tam, kde to bude z hlediska správy konkrétního portfolia dávat smysl více než jiné alternativy.

Investiční skupina Portiva se orientuje na obnovitelnou energetiku, komerční nemovitosti, digitální a IT služby v automotive a investiční fondy. Skupina působí v sedmi zemích střední a západní Evropy. Objem aktiv pod správou skupiny činil podle předběžných údajů k 31. prosinci loňského roku 11,8 miliardy korun při obratu 2,9 mld. korun a EBITDA 639 mil. Kč. (tz)

Pohrnou se české malé a střední firmy do hrátek s umělou inteligencí? Rozhodne přístup majitelů

Umělá inteligence v letošním roce působí velký rozruch napříč obory. Razantně mění e-commerce, marketing, logistiku a veškeré IT. Ale tím to nekončí. Bude hlouběji zasahovat do celého pojetí podnikání a do business modelů. Velké, nadnárodní firmy jsou na tento nový trend a cestu k ziskovosti připravené lépe, tvrdí odborník na executive interim management a zakladatel společnosti JPF Czech Ing. Jiří Jemelka, MBA.

Nové služby pro menší ryby jako akviziční akvárium

O zavádění umělé inteligence stojí nejvíce velké firmy, korporace, nadnárodní organizace. Daly by se charakterizovat jako subjekty s progresivním přístupem k technologickým novinkám, kde jsou technologie jedním ze zásadních zdrojů inovací. Proto takové společnosti vyhledávají právě pokroková řešení, která zpěsňují a zrychlí proces zdokonalování vlastních produktů. Na jedné straně se rodí příležitosti pro konkurenční výhodu ve stávajícím oboru podnikání. Na druhé straně dává firmám AI další trumfy v diverzifikaci na poli výzkumu a vývoji. „Předpokládám, že masivní zapojování AI do řady aspektů činnosti firem povede k nárůstu dceřiněk čistě orientovaných na výzkum a vývoj pro další klienty. A tak se z in-house využití cenného know-how stane velmi vítaná a žádaná služba v rámci B2B. Dceřiné organizace nabídnou svůj servis menším podnikům, které si vlastní vývojové a výzkumné oddělení nemohou dovolit vůbec nebo jen částečně. Pro větší společnosti je to také skvělá příležitost, jak zmapovat situaci na trhu a vytipovat subjekty, které by byly pro jejich portfolio akvizičně zajímavé. Ten, kdo z malých a středních hráčů v tuzemsku uvažuje o prodeji, by tak měl zbystrit a jít pokroku naproti,“ mapuje příležitosti pro korporáty a další velké hráče Jiří Jemelka.

Financování: česká šikmá plocha

Velké podniky obvykle také definuje lepší přístup ke kapitálu, z nichž by mohly být rozvoj a inovace financovány. Ať už jde o prostředky vlastní, nebo ze zdrojů externích. To je odlišuje. Po covidových letech i přetrvávajícím válečným konfliktu ve východní části Evropy řada firem menší a střední velikosti s investicemi otálí, jelikož své kapitálové rezervy rozpustila v rámci

provozu. „V JPF Czech se zabýváme executive interim managementem a majoritní část naší klientely tvoří právě malé a střední podniky v Česku, na Slovensku a nyní také v Polsku. Zatím ale vidíme, že nejhorší podmínky a nálada pro technologickou expanzi provází právě české podnikatelské prostředí. Nemyslím si, že se jejich ochota masivně transformovat a vkládat finance do technologií využívajících umělou inteligenci v následujících třech letech výrazně zvedne. Tématem stále zůstává stabilizace cash-flow a celkové firemní ozdravení, které pak ukáže, kudy se může cesta inovací a investic ubírat. A dokud si ve svých společnostech majitelé tento pořádek neudělají, mohou být vynaložené prostředky do nových tech řešení jen další slepou uličkou, která nepřinese na straně redukce nákladů a rozvoje obchodních příležitostí zamýšlené benefity. Radím proto soustředit se na finanční kondici, protože bez kapitálu se umělá inteligence v domácích firmách nezabydlí. Nepotřebujete jen koupit a customizovat řešení, ale manažersky to zvládnout. To znamená masivní přípravné kroky, ale také nové požadavky na HR a personální zabezpečení,“ popsal situaci Jiří Jemelka.

Mentální horizont roku 2000

Společnosti, které byly zakládány kolem roku 2010, mají často v čele stále původního majitele, podle specialistů z JPF Czech to u malých a středních podniků rodinného rázu platí dvojnásob. „Lidé, kteří zakládali svoje firmy na konci velké hospodářské krize, se učili podnikat v době hojnosti a v době, kdy byl prudký rozvoj technologií na bázi AI v plenkách. Mnohdy uvažují ne ani v horizontu roku 2010, ale 2000. A to je velký průšvih, protože tento mindset není připravený otevřít se velkému technologickému boomu AI. Pod takovým vedením mnohdy ani není možné firmu na takovou transformaci připravit,“ upozornil Jiří Jemelka. Jedním z řešení je předat exekutivu nástupci nebo externímu manažerovi a začít aktivně budovat manažerský tým, který bude do chodu podniku zavádět standardizované postupy a včas bude reagovat na novinky a trendy v oboru. Připraví v něm podmínky pro novou profilaci na trhu a určí, které technické oblasti budou prioritně potřebovat inovace nejnovější generace. Teprve poté je vhodné najmout experta na technologickou transformaci a začít se změnami. „Na základě našich zkušeností vi-



foto Martin Šimek

dím, že malé a střední firmy v České republice nejsou tolik orientované na novinky a progres, jako tomu je v zahraničí, kde je pro firemní mentalitu typičtější větší dravost. A tím nemyslím jen plánování inovací a transformačních aktivit. Výjimka přichází tehdy, pokud je majitel nebo výkonný ředitel silně technologicky zaměřený člověk s otevřenou osobností a hledem po úspěchu,“ přiblížil Jiří Jemelka.

Inspirace startupy

Víc než tři čtvrtiny startupů cílí na technologie. Inovace je základním kódem jejich DNA a důvodem, proč jsou tyto organizace zakládány. Na rozdíl od jiných typů organizací zde probíhá vývoj agilně a rychle. Velcí investoři prostřednictvím startupů testují, které nápady z technologického světa mají potenciál prosadit se, akcelerovali rozvoj nových možností pro plošné, komerční využití v praxi a zvýšit ziskovost. „Pro některé naše obchodní partnery hodnotíme i startupy, hlavně z manažerské perspektivy, není to jádro naší práce, ale umíme to. Ve startupu se pohybují mladí svěží lidé, kteří pokrokem žijí. Je to diametrálně odlišná mentalita na rozdíl od té, kterou vidáme v tradičních výrobních firmách. Nepanuje tu strach z novot, ale motivace hledat způsoby, jak je zkomercializovat a zpeněžit, a přitom řešit potřeby a problémy v B2B i B2C. Pro lidi ze startupů je příznačná flexibilita v myšlení i přístupu. Vývoj uvnitř je dynamický, ale pokud se to určí, můžete v zaměření postupovat mnohem rychleji a také dříve odstránit slepé uličky. Proto je to pro investory atraktivní a startupy svým přirozeným inovátorským naladěním přitahují peníze,“ komentoval Jiří Jemelka.

Konkurenční výhoda za cenu propouštění

Umělá inteligence do značné míry promění kancelářské a úřednické profese. Zpráva Světového ekonomického fóra z jara letošního roku poukazuje na to, že razantně poznamená pracovní trh, na němž zcela zanikne 83 milionů pracovních míst, ale dalších 69 milionů jich v důsledku zavádění AI vznikne. Přitom rozdíl 14 milionů volných pracovních sil na trhu práce pohltí obory, které dosud nebyly pro uchazeče až tak atraktivní. Ale tato změna nebude okamžitá a podle odborníků z JPF Czech přinese i dočasně vyšší nezaměstnanost. A podobného scénáře se malé a střední podniky bojí. „Čeští podnikatelé patří mezi ty s vyšším sociálním citěním. Představa, že se ve prospěch inovace a umělé inteligence budou muset rozloučit s některými lidmi, co u nich pracují třeba dekádu, je pro ně opravdu velmi nepříjemná. Raději dají práci lidem, než strojům nebo algoritmům. Tento argument proti zavádění novinek, které by ale zlepšily výkonnost a konkurenceschopnost podniku, je velmi častý. Ve svém důsledku však bude stát za zánikem ne jednoho, ale desítek, stovek, tisíců pracovních míst, protože je to ignorování změn, které v businessu nastávají. A já se domnívám, že šikovné využívání umělé inteligence zlepší pozici malých a středních firem a vytvoří tisíce nových atraktivně ohodnocených pracovních pozic. AI podnikům pomůže uspět v partnerství s většími globálně působícími organizacemi. Může totiž zabezpečit nejen vyšší kvalitu produkce, ale také usnadnit cestu k budování ekologičtějších provozů. Právě na zelenou výrobu se v globálních dodavatelsko-odběratelských řetězcích zvyšují nároky, a brzy zde zavládnou ještě přísnější standardy,“ podotkl Jiří Jemelka. (tz)

Ta největší hodnota v podnikání je zdraví, proč mu stále nevěnujeme dostatek pozornosti?

Ze své dlouholeté zkušenosti vám mohu sdělit, že existuje jedna oblast, kterou podnikatelé při budování své firmy podceňují nejvíce. Troufnete si odhadnout, která to je? Pomýšleli-li na leadership, cashflow, nákladovou efektivitu, ano, jsou to vše důležité věci. Dle mého názoru ale podnikatelé nejvíce podceňují psychické zdraví, a s ním se kolikrát sveze i to fyzické. Mentální stav myslí a tělo plné energie. Podnikání má totiž se zaměstnáním jen pramálo společného.



Tělesná schránka strádá a další oblasti života trpí nedostatkem času a sil, jež by jim měl věnovat. A to vede k dalšímu začarovanému kruhu frustrace. Jak se toho zbavit? Metody jsou různé. Ty, které jen na chvíli odtrhnou pozornost jako přejídání se fastfoodem, rande s led-

ničkou v deset večer, tvrdý alkohol, drogy nebo lehké dívky.

Tlak v businessu je obrovský a takové chování není nic neobvyklého. Problém je, že tyto berličky fungují jen dočasně a ve finále celý problém jenom prohlubují. Ruku na srdce, jak dlouho myslíte, že člověk takový životní styl vydrží? Tipujete správně, že dlouho ne. V lepším případě podnikatel dostane lehčí facku od života, aby se probral, v tom horším se jednoho dne probudí v nemocnici na kapačkách.

Samozřejmě jsou mezi námi tací, kteří makají šestnáct hodin denně a žijí divokým životem, protože, jak sami říkají, jsou nesmrtelní a práce je baví. Ti většinou končí úplně nejhůř. Odpusťte mi, že to maličko dramatizuji, já se jenom snažím, abychom to nebrali na lehkou váhu, protože ty případy vidím dnes a denně.

Sám jsem prožil období, které s vyhořením hraničilo. Naštěstí jsem si to uvědomil včas, začal cvičit, lépe jíst, trochu jsem si odpočinul a zařekl jsem se, že do takového stavu už se nikdy nechci dostat. Začal jsem říkat většinou věci ne a tvrdě sestavovat žebříčky priorit. Výsledkem je, že jsem zdravější, spokojenější a daří se

mi ve všech ohledech lépe. Kdybych nezvolnil, kdo ví, jestli bych dnes tento článek psal.

Stejně jako nevybudujete firmu mávnutím kouzelného proutku, ani nahromaděného stresu se nezbavíte spolknutím magické pilulky, i když se o to část národa snaží a na Západě se o tom mluví jako o něčem naprosto běžném. Zkratky nefungují nikde. I psychická pohoda je o tvrdé práci. Základem je fyzická aktivita, která uvolňuje stres a vyplavuje blahodárné endorfiny. Ruku v ruce s tím jde kvalitní strava, protože co do sebe dáme, takovou máme energii. Rozhodně extrémně pomůže i kvalitní rodinné zázemí a klid doma, to ale také není zadarmo a člověk se o něj musí přičinit. Především je ale nutné se naučit říkat ne. Kdykoliv řeknete něčemu ne, říkáte ano něčemu jinému. To právě umění života je v tom, říkat ne věcem, které mi škodí, abych měl prostor říct ano tomu, co mi prospívá. Ze začátku je to těžké a někdy se to neobejde bez otřesů. Život máme ale jenom jeden a zdravý taky. Položit ho na oltář firmě není hrdinství, nýbrž čirá hloupost. Jde to i jinak.

Ing. Jiří Jemelka, MBA
jednatel společnosti JPF Czech s.r.o.

Nedostatek absolventů trápí 89 % stavebních firem

Nedostatek absolventů trápí většinu dotázaných stavebních společností (89 %). Obliba stavebních oborů ve školách klesá, protože jde o náročné povolání. Celkem 61 % firem vynakládá zvýšené úsilí, aby vystudované mladé lidi přilákaly. Podle dotázaných společností je ale největší problém při obsazování pozic kvalifikovaných stavebních dělníků. Vyplývá to z Kvartální analýzy českého stavebnictví Q2/2023 zpracované analytickou společností CEEC Research.

Z hlediska počtu je stav absolventů stavebních oborů a technických oborů poddimenzovaný. Existuje řada faktorů, které přispívají k nedostatku absolventů, jako je nízká atraktivita oboru, nedostatečná spolupráce mezi vzdělávacími institucemi a průmyslem nebo nedostatek motivace ke vstupu do stavebního oboru. Drtivá většina dotázaných stavebních společností (89 %) zaznamenává nedostatek absolventů stavebních oborů v ČR.

Na potřebu změny upozorňuje Strategie vzdělávací politiky do roku 2030+ Ministerstva školství, která přináší jiný pohled na strukturu oborů, zejména klade důraz na širší odborně všeobecný základ se specifikací ve vyšších studijních ročnících. „Pro nás je přínosná spolupráce s řadou sociálních partnerů. Máme k dispozici strategický dokument právě Svazu podnikatelů ve stavebnictví, nad kterým již probíhá diskuze o budoucím směřování vzdělávacích oborů pro stavebnictví,“ řekl Mikuláš Bek, ministr školství, mládeže a tělovýchovy ČR.

Podle ředitele společnosti Metrostav Jaroslava Herana poptávka firem po technicky vzdělaných pracovních převyšuje počet absolventů odborných škol až několikanásobně. „Český vzdělávací systém bohužel nerozvíjí žáky směrem k technickým oborům, naopak upřednostňuje všeobecné vzdělání a humanitní obory,“ uvedl Jaroslav Heran.

V dnešní době není žádnou výjimkou, že člověk vystuduje obor, kterému se následně ve své praxi nijak nevěnuje. „Z vysokých škol přicházejí do pracovního procesu ve stavebnictví studenti z jiných oborů, které však nelze uplatnit na pozicích s vyššími odbornými nároky. Důležité je především odhodlání pracovat ve stavebnictví. Firmy to následně řeší rekvalifikacemi takových lidí,“ popsal Michal Vacek, výkonný ředitel CEEC Research.

Oblíbenost dlouhodobě klesá

Stavební obory mohou být vnímány jako méně prestižní ve srovnání s jinými, jako jsou například informační technologie, marketing nebo finančníctví. Mladí lidé mohou preferovat obory, které jsou vnímány jako modernější a s vyšším společenským statutem. Na 83 % dotázaných stavebních společností se domnívá, že oblíbenost stavebních oborů klesá.

Většina firem je absolventům otevřena již v rámci jejich praxe a mnoho z nich spolupra-

cuje se vzdělávacími institucemi, kde hledají vhodné kandidáty. Zatímco u některých středních škol byla letos nedostatečná kapacita jednotlivých oborů, v dlouhodobém pohledu zájem mladé generace o studium technických oborů klesá. „Zatímco počet vysokoškolských studentů roste, v případě studentů technických věd, výroby a stavebnictví se snižuje o více než 40 % oproti roku 2010. Domnívám se, že dosud nevyužitou příležitostí, jak zvýšit zájem mladých lidí o obor stavebnictví, je popularizace trendu digitalizace a informačního modelování staveb BIM,“ dodal Michal Vacek.

„Pro větší zájem o technické obory považujeme za důležité další prohlubování digitalizace průmyslu a stavebnictví, které by mělo zaujmout mladou generaci. Ministerstvo průmyslu a obchodu se na tom podílí mimo jiné svými aktivitami v oblasti zavádění metody BIM do praxe. Výsledkem této činnosti je výuka metody BIM na středních a vysokých školách, kde například v Ostravě byl loni nově otevřen magisterský program se zaměřením právě na komplexní výuku metody BIM,“ upozornil Eduard Muřický, zástupce ředitele sekce hospodářství Ministerstva průmyslu a obchodu ČR.

Stavební obory dlouhodobě ztrácejí na oblíbenosti, faktorů zapříčínujících tento trend je mnoho a podle respondentů mezi ty nejzásadnější patří náročnost v zaměstnání stavebních oborů (78 %) a nízká atraktivita stavebních oborů (62 %). Dalšími příčinami mohou být nízké povědomí o stavebních oborech (36 %), nízké platové ohodnocení (30 %) nebo náročnost studia (24 %).

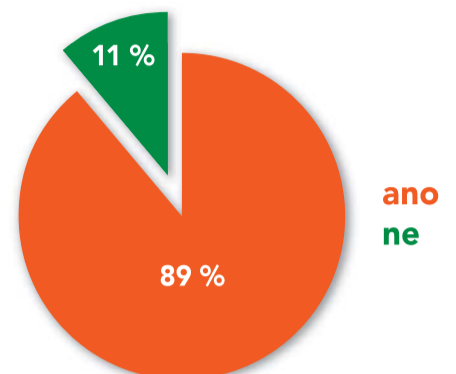
Snaží se přilákat absolventy, nabízejí extra benefity

Společnostem záleží na udržování aktivní a vzájemně prospěšné spolupráce se stavebními vzdělávacími institucemi. Mohou nabídnout hostující přednášky, workshopy nebo praxe pro studenty, aby si studenti získali představu o reálném provozu firem a měli možnost navázat kontakty a zlepšit image stavebního oboru. Tři pětiny dotázaných stavebních společností (61 %) vynakládá úsilí na přilákání absolventů stavebních oborů právě do své firmy.

Jako v každém jiném oboru se i stavební firmy snaží zaujmout absolventy a zatraktivnit pro ně pracovní nabídku. Většina dotázaných stavebních společností (60 %) nabízí zaměstnanec-



Zaznamenáváte nedostatek absolventů stavebních oborů v ČR?



ké benefity pro příchozí absolventy. Nejvíce ze stavebních společností se přiklání k poskytnutí odborných školení a kurzů, dalším finančním odměnám nebo nabízí různé slevové benefity jako například stravenky. Některé společnosti ale také nabízejí další benefity, jako je možnost home office, sick days nebo relaxační či sportovní aktivity na pracovišti a další.

V případě nedostatku kvalifikovaných pracovníků mohou firmy v oblasti stavebnictví čelit výzvám při plnění poptávky po stavebních projektech. Mnoho firem se snaží inspirovat a udržet kvalifikované pracovníky pomocí různých strategií, jako je zlepšení pracovních podmínek, nabídka konkurenceschopných platů, rozvojové programy a spolupráce se stavebními vzdělávacími institucemi. S těmito záležitostmi se setkává jedna třetina dotázaných stavebních společností (36 %), na straně druhé se většina společností (64 %) s tímto problémem nepotýká.

„Z vývoje počtu absolventů v jednotlivých letech jsme velmi smutní. Neustálý úbytek počtu studentů, kteří dokončí technické vysoké školy, přináší velké potíže pro hledání nových kolegů nejen do týmů projektantů a zhotovitelů, ale je to problém i pro výkon státní správy. Současný nápor studentů na střední školy dává naději, že demografický vývoj se za čtyři roky projeví v počtech nových studentů na technických oborech vysokých škol. Pro praxi to však znamená hmatatelné zlepšení situace až v horizontu osmi až deseti let,“ předpokládá Zbyněk Hořelica, ředitel Státního fondu dopravní infrastruktury.

Nejhůře se hledají kvalifikovaní dělníci

Ve stavebnictví jsou problematické pracovní pozice, při jejich obsazování se firmy dlouhodobě setkávají s obtížemi. Podle dotázaných společností je největší problém při obsazování po-

zice stavebních dělníků, která vyžaduje fyzickou sílu a specializované dovednosti. Nedostatek kvalifikovaných stavebních dělníků, jako jsou zedníci, tesaři, elektrikáři nebo instalatéři, může ovlivnit tempo a kvalitu stavebních prací. Tento problém přiznává 85 % firem. V současnosti už tyto pozice ve velké míře obsazují pouze díky importu pracovníků ze zahraničí.

Další obtížně obsazovanou pozicí je podle 62 % firem profese stavbyvedoucí, který je zodpovědný za organizaci a koordinaci stavebních prací na staveništi. Jeho role zahrnuje dohled nad pracovníky, dodržování plánu, kontrolu kvality a bezpečnosti práce, komunikaci se zákazníky a dalšími zúčastněnými stranami.

Třetí nejobtížněji obsazovanou pozicí žebříčku je podle 55 % firem přípravář staveb, který je odpovědný za přípravu a plánování stavebních projektů. Jeho úkoly zahrnují analýzu technické dokumentace, rozpočtování, koordinaci dodavatelů a materiálů, přípravu pracovních postupů a plánů a zajištění dodržování předpisů a standardů.

Spolupráce mezi státem, firmami, vzdělávacími institucemi a odbornými organizacemi je důležitá pro zajištění kvalifikovaného personálu ve stavebním odvětví. Většina dotázaných stavebních společností (89 %) se domnívá, že by se stát měl více zapojovat do podpory stavebních oborů v ČR. Zároveň je podle drtivé většiny respondentů zapojení státu nedostatečné (95 %).

Aktivní podpora ze strany státu je klíčová pro rozvoj a udržitelnost stavebních oborů v České republice. Největší část oslovených stavebních společností si myslí, že by stát měl finančně podporovat školy vyučující stavební obory (60 %), přizpůsobit učební osnovy moderním trendům a vývoji ve stavebnictví (55 %) nebo podporovat firmy, které se aktivně podílejí na podpoře absolventů stavebních oborů (41 %) a další. (tz)

Vyšší útrata za kratší dobu

Na 61 % Čechů plánuje strávit letní dovolenou v Česku, chtějí zejména odpočívat a ležet sportovat (42 %). Vyplývá to z průzkumu Institutu turizmu České centrály cestovního ruchu – CzechTourism, kterého se zúčastnilo tisíc respondentů z celé republiky. Podle šetření Češi také v létě v průměru počítají s jedenácti volnými dny. A i když chtějí na dovolenou strávit kratší dobu než loni, plánují utřáčet víc.

Dovolenou během června, července a srpna 2023 Češi plánují mít o den a půl kratší než ve stejném období loni. Ze šetření také vychází, že volno v létě v Česku předpokládá o 7 % méně rezidentů než loni. Nejčastěji proto, že v danou dobu jezdí na dovolenou do zahraničí (32 %) a také kvůli nedostatku financí (29 %). „Největší částku v nákladech na dovolenou si zpravidla vyžádá ubytování. Kolik stojí, se mimo jiné odvíjí od zájmu o jed-

notlivé kraje v Česku, tedy od obsazenosti ubytovacích zařízení. Podle analýzy DataRhymes z Bookingu je během červencových svátků aktuálně nejvíc rezervací v Jihočeském, Jihomoravském a Zlínském kraji. Průměrné ceny za dvoulůžkový pokoj v daných regionech jsou 2991 Kč, 2689 Kč a 2836 Kč,“ uvedl ředitel České centrály cestovního ruchu – CzechTourism Jan Herget a dodal: „V průměru je ubytování během červencových svátků v celém Česku rezervováno už z 59,80 % s predikcí, že obsazenost nakonec bude 85,07 %. Průměrná cena napříč republikou v dané době je aktuálně 2786 Kč, loni šlo o 2237 Kč.“ (pozn.: jde o data stažená 2. června 2023)

Češi přitom plánují za letošní letní dovolenou utratit v průměru 8363 Kč na osobu. Nejvíc peněz jde na ubytování (3957 Kč), následuje stravování (1414 Kč) a kultura, sport a památky (1013 Kč). Struktura výdajů se dlouhodobě příliš nemění, oproti loňské letní sezóně se však celková plánovaná útrata zvýšila o 1150 Kč na

osobu. Nejčastěji chtějí během letní dovolené Češi vyrazit do Jihočeského (26 %), Jihomoravského (18 %) a Libereckého kraje (13 %). Víc než třetina domácích turistů kombinuje lokality, tedy chce jich během léta navštívit více. Nejčastěji Jihočeský spolu s Jihomoravským krajem.

„Při plánování dovolené Češi nejvíc dají na doporučení známých, přátel, kolegů (52 %) a map s vyznačením turisticky zajímavých míst (50 %). Často využívají také sociální sítě (32 %) a tematické/cestovatelské weby (27 %). Dobrou zprávou je, že náš turistický portál Kudy z nudy.cz zná 89 % obyvatel Česka, přičemž 58 % ho alespoň občas využívá. Častěji ženy (62 %) a lidé ve věku 40–49 let (64 %),“ sdělil vedoucí Institutu turizmu CzechTourismu Petr Janeček a doplnil: „Z našeho šetření je také zřejmé, že i Češi začínají víc vyhledávat udržitelnost. Zhruba 44 % dotázaných při plánování letošní dovolené v Česku chce zohlednit ubytování šetrné k přírodě, 40 % využít turistické atrakce

podporující udržitelnost a 33 % ekologický způsob dopravy.“

Na turistickém portále Kudy z nudy jsou proto nejen podrobné informace k udržitelnému cestování, ale také tipy na cestování výhodně. Radost mohou – díky spolupráci s regiony, městy a obcemi, akademickým sektorem i soukromými subjekty – cestovatelům po Česku udělat slevové a zážitkové karty, společné vstupenky či turistické balíčky.

V zahraničí plánuje podle průzkumu, který pro Institut turizmu (www.tourdata.cz) realizovala agentura IBRS – International Business & Research Services, strávit letošní letní dovolenou 57 % Čechů. Častěji mladší lidé do 29 let (72 %), vysokoškoláci (74 %) a ti, kdo mají příjmy nad 30 000 Kč (71 %). Ve srovnání s loňským létem má zájem o volno v cizině o 3 % víc Čechů, zatímco v covidovém roce 2021 plán vycestovat v létě do zahraničí deklarovalo 41 % obyvatel Česka. (tz)



Strana vychází pod partnerskou záštitou České společnosti pro jakost

Mezinárodní soutěž inovací je šancí pro vás



Česká společnost pro jakost každoročně oceňuje organizace v oblasti

kvality a inovací. Mezinárodní soutěž Quality Innovation Award je jednou z cest, jak mohou firmy a organizace veřejného sektoru porovnat své nápady v praxi z národního i mezinárodního pohledu.

Jedenáctým rokem mají firmy z ČR možnost se zapojit do mezinárodní soutěže inovací Quality Innovation Award. Díky soutěži mají přihlášení možnost porovnat svoji inovaci z mezinárodního pohledu. Hodnocena je především inovativ-

nost ve smyslu míry novosti a použitelnosti v praxi, její účinnost a orientace na zákazníka. Soutěží se v několika kategoriích podle velikosti organizace a sektoru, dále jsou zvlášť hodnoceny inovace s environmentálním dopadem nebo potenciální inovace, dosud netestované.

Na poli inovací, ač se to nemusí na první pohled zdát, se daří v posledních letech i českým firmám, které jsou rok od roku silnější. Ing. Petr Koten, ředitel České společnosti pro jakost, k tomu řekl: „Naše firmy, ale i organizace z veřejného sektoru, mají v soutěži velký potenciál, prakticky každoročně některá z nich uspěje i v mezinárodním kole soutěže.“

V posledním ročníku zabodovala na národní úrovni společnost CALISME a.s. s Chytrou kuchyňskou digestoří fungující na principu

Internetu věcí (IoT), která zajišťuje sterilitu prostředí, bezpečnost domácnosti a automatizaci vaření.

Zapojením se do soutěže má firma možnost zviditelnit svoji inovaci, jak na národní, tak i mezinárodní úrovni. Ředitel firmy CALISME Milan Pospíchal komentoval úspěch takto: „Domnívali jsme se, že vzhledem k jedinečnosti uvedených funkcí, kterými v současné době žádná digestoř na trhu nedisponuje, a potenciálu, který toto zařízení má, mohla by tato inovace v soutěži uspět. Zároveň jsme pochopitelně chtěli tento náš model zviditelnit i ve vztahu k potenciálním partnerům v oblasti výroby a prodeje.“

Oblast inovací není cizí ani organizacím z veřejného sektoru, jak dokládá mezinárodní

úspěch Královéhradeckého kraje, který uspěl v kategorii Inovace ve veřejné správě s inovací Katalog otevřených dat kraje a Datový portál Královéhradeckého kraje Data KHK.

Otevřená data vyššího územně správního celku jsou zobrazena mapovými výstupy. Inovativním řešením je automatizované napojení lokálního katalogu do národního katalogu otevřených dat. Jde o nový pohled prezentace a sdílení dat a informací pro občany.

Česká společnost pro jakost jakožto národní zástupce vyhlášovatele poskytuje přihlášeným organizacím plnou podporu v průběhu celé akce. Účast není zpoplatněna.

Termín podání přihlášek do soutěží je do konce září 2023. Více informací o soutěžích najdete na www.csq.cz/clenstvi/udilene-ceny. (tz)

Kaufland prostřednictvím svého úspěšného projektu Už to roste, už to klíčí podpořil dalších 17 komunitních zahrad

Vlastní bylinky, zelenina a sousedské vztahy. To vše podporuje grantový program řetězce Kaufland, jenž je součástí dlouhodobého projektu Už to roste, už to klíčí. Díky němu se v rámci druhého ročníku rozdělí téměř jeden milión korun na podporu komunitních zahrad, jejichž popularita stále roste. Minulý rok bylo podpořeno 13 zahrad, letos řetězec Kaufland podpoří dokonce 17 komunitních zahrad.

Ty jsou neocenitelným přínosem nejen pro společnost, ale také pro rostliny či hmyz. I proto od roku 2019 pracuje Kaufland systematicky na jejich rozšiřování. Za tři roky fungování projektu Už to roste, už to klíčí vzniklo pět komunitních zahrad v bezprostředním okolí prodejen Kaufland a od roku 2020 ve spolupráci s Nadací Via řetězec rozšířil svůj projekt o grantový program, který podporuje zahrady i mimo okolí prodejen.

„Do grantového programu se může přihlásit kdokoli. Odborná komise pak mezi vybrané žadatele v grantovém programu přerozdělí finanční podporu, která letos čítá téměř jeden milión korun. Finanční prostředky se použijí na vybavení pro stávající zahrady či vytvoření zcela nových,“ vysvětlila Renata Maierl, tisková mluvčí řetězce Kaufland s tím, že díky tomu mohou lidé aktivně trávit čas venku, vyzkoušet si novou práci či vypěstovat svou zeleninu. V rámci komunitních zahrad se návštěvníci mohou také seznámit se základními ekologickými praktikami, jako je kompostování nebo šetrné zacházení s vodou.

Místo, které pomáhá k zadržování vody v městské krajině, ale zároveň podporuje dobré sousedské vztahy. To je charakteristika jednoho z podpořených projektů, který se díky letošnímu grantu může nadále rozvíjet. Komunitní zahrada v blízkosti ústeckého Letního kina slouží k vzdělávání o biodiverzitě ve městě či pravidelnému pořádání workshopů,



kde jsou využívány pouze přírodní materiály. Další zcela nová zahrada vznikne v Jihomoravském kraji. Bude sloužit zároveň jako venkovní učebna základní školy a místo pro školní hudební vystoupení.

V tomto roce pak Kaufland podpoří vznik a úpravu komunitních zahrad ještě v Olomouckém, Moravskoslezském, Plzeňském a Pardubickém kraji. Nechybí ani komunitní zahrady v hlavním městě. (tz)

Národní politika kvality pokračuje, dokument do roku 2030 schválen

Vláda ČR schválila na svém zasedání 14. června 2023 dokument Národní politika kvality České republiky 2023–2030. Materiál, který zpracovalo Ministerstvo průmyslu a obchodu ve spolupráci s Radou kvality České republiky zároveň navazuje na předchozí strategický dokument k této problematice.

Národní politika kvality České republiky 2023–2030, do jejíž přípravy byly zapojeny i rezorty, shrnuje záměry vlády České republiky ve vztahu ke kvalitě, podporuje a propaguje kvalitu života občanů, podnikatelů, udržitelnost a konkurenceschopnost České republiky. Záměry, uvedené v dokumentu, představují přehled nejdůležitějších aktivit a oblastí, kterými by se měly rezorty, samospráva, podnikatelská a jiná uskupení, školy, poradenské a vzdělávací organizace i neziskový sektor ve své každodenní práci prioritně zabývat ve vztahu ke kvalitě.

„Cílem materiálu je iniciovat realizaci aktivit, které pomohou formovat a usměrňovat kvalitu prostředí a činnosti v jednotlivých oblastech života v České republice,“ uvedl zástupce vrchního ředitele sekce hospodářství na Ministerstvu průmyslu a obchodu a předseda Rady kvality České republiky Eduard Muřický. (red)

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



Pojišťovna roku 2022: výsledky ankety

potvrzují stabilitu českého pojistného trhu



V pořadí již 22. ročník odborné B2B ankety Pojišťovna roku, v níž pojišťovací makléři

posuzují výkony pojišťovny, zná své vítěze: stejně jako loni hodnocení univerzálních pojišťoven ovládla skupina Vienna Insurance Group (VIG) prostřednictvím svých dcer – ve čtyřech vyhlášených kategoriích Kooperativa získala hned tři zlaté, další pak ČPP. Specializované pojišťovny jsou hodnoceny zvlášť: zde své loňské prvenství obhájila ERV. Pojišťovacím makléřem roku 2022 se stala společnost PETRISK a Osobností pojistného trhu byl jmenován in memoriam Jaroslav Besperát.

Do hlasování o výkonech pojišťoven se mohli zapojit všichni samostatní pojišťovací zprostředkovatelé, registrovaní ČNB podle zákona 170/2018 Sb., kteří působí jako pojišťovací makléři, případně agenti (v kategoriích životní pojištění a pojištění občanů). V právě ukončeném ročníku ankety hodnotil rekordní počet profesionálů, kteří vyplnili přes 2500 virtuálních anketních listků. Pojišťovna roku, nejstarší anketa na pojistném trhu, přináší odbornou alternativu ke spotřebitelským soutěžím v oboru. Makléři jako profesionálové v pojištění a expertní poradci svých klientů v ní porovnávají nejen parametry nabízených produktů, ale hlavně skutečnou úroveň servisu jednotlivých pojišťovny tak, jak se s ní měli možnost v průběhu uplynulého roku každodenně setkávat. „Letošní výsledky demonstrují, že postavení pojišťoven na

trhu je z hlediska pojišťovacích makléřů stabilizované. To je pro české pojišťovnictví dobrá zpráva v době, kdy podmínky pro podnikání v tomto segmentu ekonomiky neustále přitvrzují,“ zhodnotil 22. ročník ankety Pojišťovna roku předseda AČPM a zakladatel celé soutěže Ivan Špirakus. Stoupající prestiž ankety podle jeho názoru jen podtrhuje význam klíčové role makléřů jako odborných poradců, kteří prosazují a chrání zájmy svých klientů. Pokud jde o konkrétní výsledky, vyzdvihl posun „vzhůru po žebříčku“ u GČP hned ve třech kategoriích, včetně pojištění průmyslu a podnikatelů – podle jeho názoru je to výsledkem systematické koncepční spolupráce s makléři v celém týmu pojišťovny. Jak dále připomněl, největší změny v porovnání s předchozím ročníkem opět zaznamenala kategorie specializovaného pojištění – tedy s výjimkou tradičního vítěze ERV. Skupinu Top 5 opustila Allianz Trade (Euler Hermes) a Atradius. „Mezi pěť nejlepších se naopak po pauze vrátily pojišťovny AGRA a Credendo (býv. KUPEG), což svědčí o diverzifikaci v potřebách klientů makléřských firem,“ dodal Ivan Špirakus.

Také výsledky hodnocení členů AČPM pojišťovny doznalo změny: z loňského čtvrtého místa se do čela nejlepší pěťky vyhoupla společnost PETRISK a.s. K tomu poznamenal výkonný ředitel ČAP Jan Matoušek: „Spolupráce pojišťoven s makléři je zcela zásadní pro zajištění kvalitní péče o klienty i rozvoj trhu. Anketa Pojišťovna roku je krásnou ukázkou tohoto společného úsilí a zároveň důkazem, že se nám daří přispívat ke kultivaci českého pojišťovnictví a posilovat jeho vnímání jako jednoho z klíčových pilířů ekonomiky.“

Pojišťovnictví podobně jako jiné obory pro změnu nastup digitalizace, umělé inteligence a ESG ratingů, upozornil Lukáš Bajgar, partner auditorské a poradenské společnosti KPMG Česká republika, která anketu podporuje již od ročníku 2008. „Pojišťovny podobně jako banky procházejí postupnou digitalizací, ve které je ale ještě prostor ke zlepšení. S tím souvisí i využívání umělé inteligence, která může částečně usnadnit práci pojistných matematiků, ale i administrativních a dalších zaměstnanců řešících pojistné události. Nicméně člověk zůstane nadále středobodem, už jen proto, že pojišťovnictví je hodně založené i na osobním vztahu,“ uvedl Lukáš Bajgar. „Dalším trendem v oboru je stoupající význam ESG, kvůli kterému pojišťovny budou muset více zohledňovat klimatická rizika, respektive ekologickou a jinou udržitelnost například pojišťovacích nemovitostí. Aktivity s různým ESG profilem tak budou patrně již brzy podléhat různým vyšším pojistným,“ uzavřel Lukáš Bajgar.

V rámci 22. ročníku ankety prezidium Asociace českých pojišťovacích makléřů také již tradičně udělilo čestný titul Osobnost pojistného trhu za vynikající a mimořádný přínos rozvoji českého pojišťovnictví. Poprvé v historii ankety se tak bohužel stalo in memoriam, neboť do pomyslné síně slávy byl uveden Ing. Jaroslav Besperát, dlouholetý generální ředitel ČPP, který náhle zemřel v prosinci 2022. Ocenění převzal syn zesnulého Lukáš, jenž také svázal svou profesní kariéru s ČPP.

Výsledky ankety oznámili organizátoři této profesní soutěže – Asociace českých pojišťovacích makléřů (AČPM) ve spolupráci s Českou

asociací pojišťoven (ČAP) a specializovaným serverem Opojištění.cz – na galavečeru v Kongresovém centru ČNB, jehož se zúčastnily na dvě stovky makléřů, top manažerů pojišťoven, představitelů asociací finančního trhu a dalších významných hostů.

Galavečeru předcházelo již tradiční Makléřské odpoledne jako neformální pracovní-spoločenské setkání členů AČPM se zástupci partnerů ankety a pracovníky úseků makléřských služeb partnerských pojišťoven. Osobní záštitu 22. ročníku ankety poskytl guvernér České národní banky Aleš Michl. (tz) ■■■

Asociace českých pojišťovacích makléřů

byla založena v roce 1994 z iniciativy českých kanceláří mezinárodních makléřských firem.

V lednu 2005 došlo ke sloučení s tehdejší Komorou pojišťovacích makléřů. Cílem AČPM je podpora profesních zájmů a zvyšování profesionální i společenské prestiže povolání pojišťovacího makléře. Asociace se podílí na tvorbě zákonů, prosazuje profesní etiku, stará se o vzdělávání makléřů, publicitu a navazuje mezinárodní kontakty. Od r. 1998 je aktivním členem Evropské federace pojišťovacích zprostředkovatelů (BIPAR) se sídlem v Bruselu. V současné době AČPM sdružuje 79 makléřských firem, které podle kvalifikovaných odhadů realizují téměř tři čtvrtiny všech makléřských obchodů v ČR.

Ovoce bude letos méně, z krajiny zmizel milion stromů a keřů

Černé scénáře pro vývoj tuzemského ovocnářství, před nimiž varovaly Agrární komora České republiky a Ovocnářská unie České republiky, se naplňují. Kvůli nezájmu obchodních řetězců nabídnout zákazníkům kvalitní domácí jablka, broskve či višně se snížila plocha ovocných stromů a keřů meziročně o 1000 ha. Potvrdila to poslední data Ústředního kontrolního a zkušebního ústavu zemědělského.

Výměra sadů činila v letošním roce podle údajů Ústředního kontrolního a zkušebního ústavu zemědělského 11 214 ha, což představuje meziroční snížení o 8,3 %. To znamená úbytek přibližně miliónu ovocných stromů a keřů jen za poslední rok. Nejvíce se snížily plochy jabloní, broskvoní a višní. Vlivem toho bude například úroda jablek letos odhadem přibližně o 10 000 tun nižší.

Na hrozící pokles ploch upozornila Ovocnářská unie ČR již v polovině března letošního roku. Od té doby ale nedostali pěstitelé jediný jasný signál, že by se jejich ekonomická situace měla změnit k lepšímu a pokračují ve vyklučování sadů. „Ovocnáře dohnaly vysoké náklady a nízké výkupní ceny k likvidaci stovek hektarů sadů. Pro řadu z nich jde přitom o podnikání, které jejich rodina provozovala několik generací. Nyní tuto tradici museli přerušit a někteří dokonce zvažují opustit podnikání v zemědělství a dělat něco jiného, aby vůbec byli schopni uživit své rodiny,“ řekl prezident Agrární komory České republiky Jan Doležal.

Na vině jsou zahraniční obchodní řetězce, které si nechávají do Česka dovážet levnou produkci ze zahraničí. Využily situace, kdy se přebytky ovoce – především jablek – začaly hromadit v Evropě, protože kvůli válce na Ukrajině nemohly směřovat dál na východní trhy, pro něž byly původně určené. Například jen v loňském roce bylo podle údajů Ministerstva zemědělství dovezeno do Česka 57 435 tun jablek, přičemž největším importérem je Polsko. Dovozové ceny předotované produkce jablek z této

země jsou navíc nižší než té domácí. Loni si nechávali obchodníci dovážet polská jablka za cenu 10,68 Kč/kg. Tím podráždili ceny domácích pěstitelů, kteří v loňském roce prodávali kilogram jablek za 13,08 Kč, což zároveň znamená meziroční snížení o 10 %. Taková cena za kvalitní česká jablka vypěstovaná v souladu s evropskými i mnohdy ještě přísnějšími českými standardy nepokryje pěstitelům ani náklady na produkci. Ovocnářská unie ČR odhaduje na každém kilogramu jablek ztrátu 4 Kč, což znamená

v přepočtu celkovou ztrátu pěstitelů jablek za loňský rok ve výši 250 miliónů korun. Zákazník ale tyto rozdíly ve své peněženke v loňském roce prakticky nepocítil, protože většinu z prodejní ceny tvoří náklady a přírůžka velkých obchodů. Například kilogram jablek stál v loňském roce v obchodech podle dat Českého statistického úřadu 27,12 Kč bez DPH, zatímco farmářská cena tvořila pouze polovinu této hodnoty.

„Zahraniční obchodní řetězce záměrně kriví trh. V reklamních letáčích často hovoří o podpo-

ře lokální produkce od malých farmářů, ale ve skutečnosti jim jde jenom o co největší obchodní přírůžku a je jim lhostejné, jestli produkt pochází z Česka, nebo ze zahraničí. Jejich marketingová politika navíc vede k tomu, že zákazník nemá přehled o tom, komu svým nákupem potravin vlastně platí. Na jejich neférové obchodní praktiky jsme opakovaně upozorňovali a zabývá se jimi Úřad pro ochranu hospodářské soutěže,“ sdělil předseda Ovocnářské unie České republiky Martin Ludvík, který je zároveň viceprezidentem Agrární komory ČR.

Následkem toho zemědělci váhali se sklízit loňské úrody ovoce kvůli vysokým nákladům a nízkým výkupním cenám. Částečně pomohly samosběry, o kterých informovala veřejnost i Agrární komora ČR. Nejde bohužel o ojedinělý případ, ale spíše dlouhodobý vývojový trend, který patrně bude pokračovat, protože výměra sadů v Česku setrvale klesá již od devadesátých let. K razantnímu snížení došlo již v roce 2014, kdy Rusko uvalilo embargo na dovoz některých potravin, včetně ovoce, ze země EU, a přebytky především polské produkce se začaly tlačit na evropský trh. To přispělo ke snížení plochy ovocných sadů v Česku z 17 558 ha v roce 2014 o 36 % až na současnou hodnotu. Klesá tím také soběstačnost Česka v produkci čerstvého ovoce, která se nyní pohybuje mezi 30–40 % v závislosti na objemu sklizně a spotřebě.

„Stoprocentní soběstačnost Česka v produkci potravin je samozřejmě mýtus. K uspokojení poptávky zákazníků je nezbytné ovoce dovážet, protože v Česku není většina druhů dostupná celoročně a pro jejich skladování chybí dostatečné kapacity. Na další snižování soběstačnosti v produkci ovoce ale nakonec doplatíme všichni. Tlak na dodávky ze zahraničí se zvýší, a to za cenu vyšší uhlíkové stopy a horší kvality. Prohloubení závislosti na produkci z dovozu bude zároveň znamenat i větší kolísání cen, než jaké zákazníci zažívají nyní. Současně se nenávratně změní charakteristický ráz české krajiny, kde jsou ovocné stromy a keře poměrně výrazným a nenahraditelným prvkem,“ dodal Jan Doležal. (tz)



Vývoj ploch produkčních ovocných sadů

	ovocné sady (ha)	z toho jabloně (ha)
2019	13 993	6828
2020	13 344	6474
2021	13 047	6348
2022	12 225	5864
2023	11 214	5236

zdroj: Ústřední kontrolní a zkušební ústav zemědělský

Dovoz konzumních jablek do ČR v roce 2022

	objem (t)	cena (Kč/kg)
Polsko	24 324	10,68
Itálie	13 469	18,67
Slovensko	8624	16,11
Maďarsko	4878	16,07

zdroj: Ministerstvo zemědělství

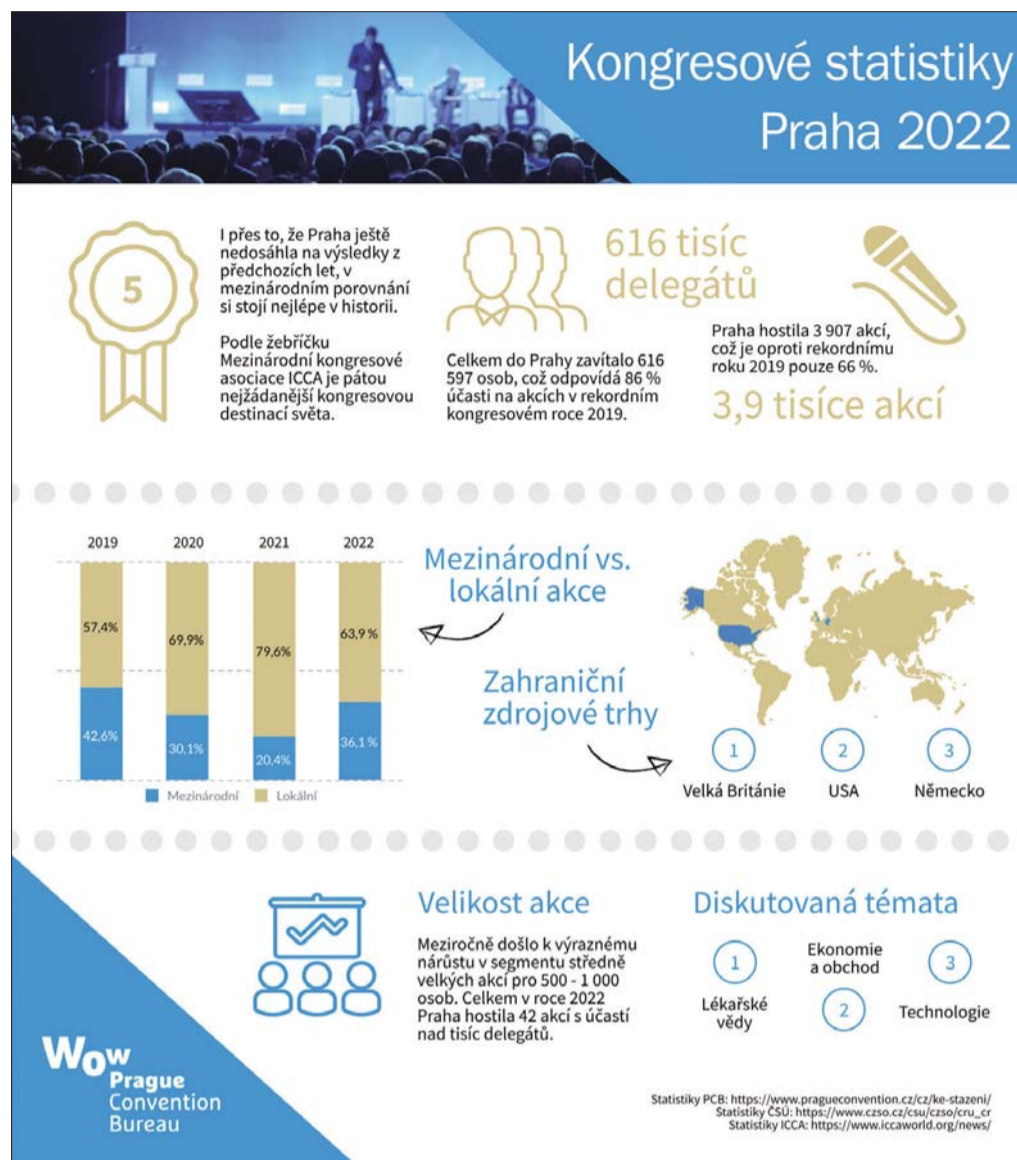
Praha je pátou nejžádanější kongresovou destinací světa

Praha v loňském roce přivítala podle agregovaných dat Českého statistického úřadu a Prague Convention Bureau téměř 4000 akcí s 616 000 delegáty. Ačkoliv oproti pandemickým rokům šlo o přírůstek v hodnotě několika stovek procent, kongresová Praha se zatím zdaleka nepřiblížila rekordním rokům 2018 a 2019. V mezinárodním srovnání si však polepšila. V žebříčku nejžádanějších kongresových destinací světa Mezinárodní kongresové asociace ICCA se česká metropole za rok 2022 umístila na pátém místě. Za sebou nechala Madrid, Berlín, Atény, Brusel i Londýn.

Osobní setkávání je zase v kurzu: metropole vede

Agregovaná data, tedy data ČSÚ z hromadných ubytovacích zařízení doplněná o statistiky Prague Convention Bureau z klíčových kongresových prostor v Praze, ukazují, že počtem delegátů a akcí konaných na území hlavního města se Praha v loňském roce dostala zhruba na úroveň roku 2014. Oproti rekordnímu roku 2019 se vloni v Praze konalo jen 66 % akcí, avšak s mnohem vyšší účastí. „Počet konaných kongresů a konferencí začátkem roku 2022 ještě ovlivnila doznívající pandemie a s ní spojené restriktive nejen v České republice, ale i v zahraničí, a také vypuknutí válečného konfliktu na Ukrajině. Ačkoliv tak akcí bylo ve srovnání s předcovidovými lety méně, zaznamenali jsme enormní zájem o účast na nich. Praha v roce 2022 přivítala 616 597 delegátů, což odpovídá 86 % účasti na akcích v rekordním kongresovém roce 2019. Tato čísla jen potvrzují to, že osobní kontakt je nejen při obchodních jednáních nenahraditelný,“ uvedl Roman Muška, ředitel Prague Convention Bureau.

Přestože česká metropole ještě nedosáhla na výsledky z předchozích let, v mezinárodním porovnání si stojí nejlépe v historii. V žebříčku nejžádanějších kongresových destinací světa stanula na pátém místě, a polepšila si tak od roku 2019 o čtyři pozice. Žebříček každoročně, s výjimkou let 2021 a 2022, sestavuje Mezinárodní kongresová asociace ICCA (International Congress and Convention Association) a zahrnuje do něj pouze počet uskutečněných mezinárodních asocičních kongresů. Posun mezi Top 5 světových destinací je pro Prahu obrovským úspěchem, ještě v roce 2010 byla na 19. příčce. Díky koncepčnímu přístupu všech organizací v oblasti rozvoje kongresového průmyslu si však polepšila o 14 příček a největším úkolem nyní bude její pozici na špičce udržet. První místo žebříčku letos obsadila Vídeň, následována Lisabonem, Paříží a Barcelonou. Top 10 měst pak doplňuje Madrid, Berlín, Atény, Brusel a Londýn. Z Top 10 žebříčku oproti minulým rokům vypadly především asijské destinace jako Singapur, Bangkok, Soul či Tokio. Právě těm musí Praha dokázat konkurovat, o což usiluje i pražský magistrát svými podpůrnými kampaněmi.



Pozitivní ekonomický výhled: větší akce na vyšší počet nocí

Hygienická a politická situace začátku roku 2022 též významně ovlivnila rozložení akcí v čase a jejich strukturu. Zatímco běžné kongresová sezóna v Praze zahrnovala především jarní a podzimní měsíce, v loňském roce došlo k jejímu posunu. Nejvytíženější měsíci se staly červen, a kromě tradičního září a října i listopad. Data Prague Convention Bureau zároveň ukazují, že došlo k výraznému nárůstu v segmentu větších akcí. Před pandemií se konalo nejvíce akcí s účastí do 50 osob, v roce 2022 byly nejčastější akce s účastí mezi 500–1000 delegáty. Nejvíce akcí bylo i loni jednodenních, ale znatelný nárůst zaznamenaly vícedenní akce, což vedlo k navýšení průměrné délky akce na hodnotu 2,46 dne.

„Praha úspěšně stoupá v žebříčku Top světových kongresových destinací, což má pro hlavní město obrovský ekonomický přínos. Kongresy do Prahy lákají bonitnější turisty, kteří tu utrací třikrát více než průměrní zahraniční návštěvníci. Navíc se mnozí delegáti do Prahy pravidelně vrací na soukromé dovolené. V KCP vnímáme rychlý návrat poptávky, který chceme náležitě využít. I díky českému Předsednictví v Radě Evropy jsme loni hostili cel-

kem 262 akcí, a zaznamenali tak rekordní rok, což se odrazilo i v našich obchodních výsledcích,“ vysvětlila Lenka Žlebková, generální ředitelka Kongresového centra Praha.

309 velkých akcí za rok: i přes úbytek mezinárodních a korporátních eventů

Nejistá mezinárodní situace v regionu zapříčinila změny ve složení účastníků. Zatímco běžně byl poměr mezinárodních a lokálních akcí v Praze vyrovnaný, v roce 2022 převažovaly ještě stále akce lokální, a to poměrem 2 : 1. Zdrojové trhy zůstaly obdobné jako v předcházejících letech, tedy především Velká Británie, USA, Německo či Belgie, nicméně procentuálně si ještě větší dominanci získala Evropa (96 % akcí oproti 87,8 % v roce 2019) na úkor Severní Ameriky (2,7 % akcí oproti 8,1 % v roce 2019) či Asie (0,7 % akcí oproti 2,7 % v roce 2019).

Posouvání termínů velkých asocičních kongresů a konferencí vedlo k tomu, že v roce 2022 Praha přivítala nejvíce akcí tohoto typu za posledních pět let. Celkem se jich zde uskutečnilo 309. Na téměř každý kalendářní den roku tak připadla jedna konference či kongres. Naopak k původní úrovni se ani zdaleka nevrátil objem korporátních akcí, jejichž počet byl na 42 % rekordního roku 2019. „Mezi nej-

více diskutovaná témata na pražských kongresech a konferencích v roce 2022 patřily lékařské vědy, ekonomie a finance či technologie. Značný nárůst v počtu jsme zaznamenali především u akcí zabývajících se ekologií či právě zmíněnými technologiemi,“ dodal Roman Muška.

Výhled do budoucna: nové hotely i vyšší podpora cestovního ruchu

Největší počet akcí se v roce 2022 konal tradičně v hotelových zařízeních, která jsou vhodnou variantou pro menší kongresy a konference. Právě hotelový trh nyní prochází významným rozšířením. V posledních měsících došlo k otevření hned několika větších hotelů a do roku 2024 by měly přibýt další, a to především v luxusním segmentu. Tato nová zařízení nabídnou bezmála 2000 hotelových pokojů, které se přidají ke stávajícím 45 000 pokojům v 873 ubytovacích zařízeních, a více než 1700 m² meetingových prostor.

„Pevně věřím, že kongresový průmysl Prahy též dozná pozitivních změn díky zvýšení poplatku z pobytu z původních 21 na 50 korun, ke kterému hlavní město přistoupilo již na začátku minulého roku. Takto získané finance putují na kultivaci cestovního ruchu a jeho udržitelný rozvoj, a to včetně podpory Prahy jakožto významné kongresové destinace,“ doplnil Roman Muška.

„Díky zvýšení poplatku za pobyt a investování příjmů zpět do rozvoje jsme schopni ve spolupráci s Prague City Tourism podpořit kampaň Stay in Prague, jejímž cílem je prezentovat Prahu jako kultivovanou destinaci a přilákat do ní bonitní klientelu. O turisty cestující do Prahy za opilou zábavou Praha zájem nemá,“ osvětlil Jiří Pospíšil, náměstek primátora Prahy pro kulturu, cestovní ruch, památkovou péči a výstavnictví.

„Polovina výnosů z poplatku z pobytu se dnes reinvestuje zpátky do cestovního ruchu a umožňuje nám lépe plánovat marketingové kampaně zacílené na cestovatele s hlubším zájmem o město. A tyto kampaně navíc platí sami turisté,“ podotkl František Cipro, předseda představenstva Prague City Tourism.

Nová hala KCP: největší kongresy i společenské akce

Podporu ze strany města vítá také Kongresové centrum Praha, které se dlouhodobě potýká s nedostatkem výstavních prostor nutných k pořádání největších mezinárodních akcí. Centrum se proto chystá k realizaci dlouho odkládaného projektu rozšíření centra o multifunkční výstavní halu. „Už v roce 2017 se vedení hlavního města podílelo na architektonické soutěži, covid naše plány přerušil, ale nyní projekt nové haly obnovujeme. Kongresový průmysl má velký potenciál, kterého by Praha měla využít. Součástí projektu multifunkčního výstavního prostoru je navíc revitalizace veřejného prostranství kolem KCP, která nám umožní oživit kulturní a společenský život Pražanů v této lokalitě,“ uzavřela Lenka Žlebková. (tz)

Už zase v kladných číslech

Příjmy 35,2 mld. Kč, výdaje 34,7 mld. Kč. Tak vypadala platební bilance cestovního ruchu v letošním 1. čtvrtletí. V praxi to znamená kladný zůstatek tzv. účtu turizmu ve výši 463 milionů Kč. Cestovní ruch tak opět pozitivně ovlivňuje ekonomiku Česka. Vyplyvá to z přehledu platební bilance tuzemského turizmu, který na základě údajů České národní banky připravil Institut turizmu České centrály cestovního ruchu – CzechTourism.

Příjmy z cestovního ruchu v letošním prvním čtvrtletí byly zhruba o 14,2 miliardy vyšší než ve stejném období loni, a dokonce o 24 miliard vyšší ve srovnání s prvním kvartálem 2021. Čísla před pandemií covidu-19 však ještě nedosáhly. Porovnáme-li poslední známou statistiku s lednem, únorem a březnem 2019, rozdíl

je asi -4,5 miliardy korun. Do příjmů z mezinárodního cestovního ruchu se zahrnují náklady na cestu zahraničních turistů a výletníků. Největší částku tvoří ubytování, stravování a doprava. „Největší příjmy z cestovního ruchu mělo v letošním prvním čtvrtletí Česko díky hostům z Německa, Ukrajiny, Polska, Sloven-

ska a Velké Británie. A v Top 15 se umístila také Jižní Korea,“ řekl ředitel České centrály cestovního ruchu – CzechTourism Jan Herget a dodal: „Potvrzuje se, že návrat zahraničních turistů velmi souvisí i s leteckým spojením. V březnu začala létat přímá linka Praha – Soul, návštěvníků z dané země přibýlo, což zvýšilo tuzemské příjmy z turizmu. Týká se to nejen turistů z Jižní Koreje, ale také například hostů z Tchaj-wanu. Linka Praha – Tchaj-Pej má začít létat v červenci. Cestovatelé z ciziny jsou důležití pro všechny regiony Česka, utrácejí u nás víc. Letos v prvním čtvrtletí to bylo 2282 korun za osobu a den, zatímco útrata cestujících re-

zidentů byla 936 korun.“ Výdaje na cestovní ruch letos v prvním čtvrtletí činily 34,7 miliardy korun, v předkoronavirovém období 2019 byly přibližně 32,9 miliardy korun. Do výdajů z turizmu se zahrnují útraty za dovolenou Čechů v zahraničí. Saldo platební bilance cestovního ruchu za letošní první čtvrtletí dosáhlo 463 milionů korun. Nejvíce v plusu bylo před pandemií koronaviru, kdy šlo o 6,8 miliardy korun. O rok později zůstatek klesl na zhruba 4,4 miliardy korun a v roce 2021 na -851 milionů korun. Loni, tzn. za první tři měsíce roku 2022, bylo saldo dokonce v záporných číslech. Šlo zhruba o -2,3 miliardy korun. (tz)

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 reznictvích, 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“
– DOPLŇKĚ 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 nečeských 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 přihlášeny výrobky tuzemských výrobních potravinarských podniků, které jsou dodávány do oběhu na současný trh České 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 Cenu 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 Hříděl

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 odboru

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 Sláma, CSc.

jednatel SYMPEX GROUP s. r. o.

Ing. Petr Šilar

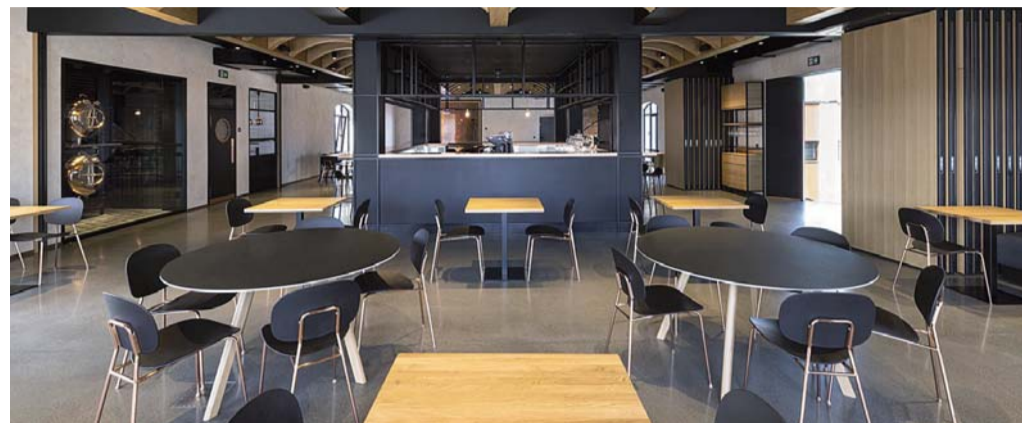
zemědělský odborník

Ing. Slavomíra Vavreínová, CSc.

nezávislý potravinářský odborník

Stavbou Vysočiny je Návštěvnícké centrum Bernard

Hned dvě ocenění získalo Návštěvnícké centrum Rodinného pivovaru Bernard v soutěži Stavba Vysočiny. Porotci komplex dekorovali titulem Stavba roku Kraje Vysočina 2022 za přenesení původní atmosféry pivovaru do moderní podoby vyzelovaných interiérů. Centrum zároveň vyhrálo u České komory autorizovaných inženýrů a techniků činných ve výstavbě (Cena ČKAIT).



„Tituly jsou oceněním a poděkováním pro celou řadu lidí, kteří se na vzniku centra podíleli, samozřejmě zejména pro architektu a dodavatele. Vybudovat centrum na omezeném prostoru a za plného provozu pivovaru nebylo vůbec jednoduché. Náročná byla i příprava, než jsme došli ke konečné podobě návštěvníckého centra, během několika let vzniklo 15 studií,“ rekapituluje přípravu i výstavbu spolumajitel Rodinného pivovaru Bernard a autor myšlenky centra Stanislav Bernard. Architektem budovy je Petr Bernard, interiéry jsou dílem architektky Barbary Bencové.

Generálním dodavatelem stavby byla firma Podzimek a synové s.r.o. „Návštěvnícké centrum pivovaru Bernard považují za vyvrcholení naší dosavadní spolupráce, která je dlouhodobá a již dříve jsme společně úspěšně dokončili několik

stavebních projektů. Realizace stavby nebyla jednoduchá, pracovali jsme s požadavkem minimálního omezení výroby a distribuce piva. Architekti, projektanti i zástupci investora průběh stavby bedlivě sledovali, aby vše dopadlo, jak bylo zamýšleno. Výsledek spolupráce celého týmu může posoudit každý návštěvník sám a podpořit nás v hlasování veřejnosti v celostátní soutěži Stavba roku, avšak za mne jde o stavbu s pozitivní energií,“ ohlíží se za jednou z nejvýznamnějších realizací loňského roku ředitel firmy Martin Podzimek.

„Dávno před tím, než jsme začali centrum plánovat, jsem snil o tom, že nebude sloužit jen

samotnému pivovaru, ale že bude také místem pro setkávání, zábavu nebo slavnostní příležitosti. Tento sen se splnil,“ hodnotil provoz centra, které bylo otevřeno při příležitosti 30. výročí založení pivovaru, Stanislav Bernard. Od otevření v červnu 2022 zde proběhla řada kulturních a společenských akcí, firemní i soukromá setkání, promítání, besedy atp.

Návštěvnícké centrum je s pivovarem bezprostředně spojené. Prohlídkové trasy vedou přímo do srdce pivovaru, návštěvníci se seznámí s výrobními postupy a ingrediencemi, nechybí degustace čerstvých piv. Součástí centra je špič-

kově vybavený kinosál, který je jediným místem, kde je možné vidět působivý film s příběhem pivovaru. Zážitek umocňuje do detailu propracovaný 3D model v atraktivní expozici. V nejvyšším podlaží centra, s krásnou vyhlídkou na město, je designová Pivnice Na Štokách, o patro níže je společenský a degustační Sládkův sál pro organizované skupiny, školení, společenské akce apod.

Spolu s centrem vznikla rozhledna postavená kolem funkčního pivovarského komína. Z ochozu ve výšce 33 metrů je výhled na pivovar, město a jeho okolí, vidět je např. nedaleká zřícenina hradu Orlík či hrad Lipnice. (tz)

Sýr, čokolády, džemy, klobásy i džusy z PENNY jsou letošní volbou spotřebitelů

Celkem 20 produktů privátních značek PENNY se může nyní pyšnit titulem Volba spotřebitelů pro rok 2023. O výsledcích v jednotlivých kategoriích rozhodl, tak jako každý rok, reprezentativní vzorek 4000 respondentů ve výzkumu společnosti Nielsen.

Oceněním Volba spotřebitelů 2023 se nyní může pochlubit 20 výrobků privátních značek Boni, Enjoy, Karlova Koruna, Rezníkův talíř a Vitálka. Všechny tyto produkty byly na trh uvedeny v roce 2022 a bezprostředně po svém uvedení si získaly značnou oblibu zákazníků. „Pro nás je každé takové ocenění poděkováním za naši práci. V tomto případě, kdy jde o volbu samotných spotřebitelů, si jej ceníme dvojnásob. Je to poděkování pro všechny z nás, protože na přípravě a kvalitě našich produktů se podílejí kromě oddělení kvality svým hodnocením také přímo zaměstnanci v prodejnách i v centrále. A toto ocenění dokazuje, že umíme našim zákazníkům nabízet vysokou kvalitu za nejvýhodnější ceny na trhu, a máme radost, že naše produkty lidem zkrátka chutnají,“ okomentoval výsledek letošní Volby spotřebitelů Petr

Baudyš, vedoucí oddělení kvality PENNY. V současné době nabízí PENNY více než 40 privátních značek od mléčných produktů přes pečivo, ovoce a zeleninu, alkoholické i nealkoholické nápoje, masné výrobky, sušenky, trvanlivé potraviny, mražené zboží až po drogerii a produkty pro domácí mazlíčky. „Naše privátní značky jsou pro nás takovou výkladní skříní. Už od samotného počátku je navrhujeme a připravujeme jejich receptury společně se špičkovými odborníky, přičemž klademe důraz na transparentní a jednoznačně definovanou kvalitu. Navíc tyto značky připravujeme a vyrábíme ve spolupráci s českými dodavateli. O to víc nás každé takové ocenění těší, neboť to znamená vyjádření kvality českých produktů,“ ocenil úspěch Petr Baudyš.

V letošní Volbě spotřebitelů tak sýr Boni, čokolády Enjoy, džemy Karlova Koruna, klobásy Rezníkův talíř a džusy Vitálka navázaly na oceněné produkty z posledních let. V minulosti v této prestižní soutěži uspěly rovněž výrobky značek Na gril, PENNY nebo Crip Crop. Celkem se oceněním Volba spotřebitelů může pochlubit už takřka 150 produktů privátních značek PENNY. (tz)

Privátní značky Kauflandu bodují

Volba spotřebitelů, jedna z nejprestižnějších soutěží v oblasti hodnocení novinek, inovovaných výrobků a výrobních řad, oznámila Nejlepší novinky letošního ročníku. Reprezentativní vzorek české populace měl v hledáčku více než 60 kategorií rychloobrátkového zboží, do kterého patří kosmetika, potraviny či drogistické zboží. V kategorii jogurty a slané pochutiny zabodovaly privátní značky K-Classic a K-Jarmark, které nakoupíte v řetězci Kaufland.

Již 23 let hodnotí průzkum na reprezentativním vzorku 4000 respondentů nejlepší novinky na českém trhu. „Do soutěže se hlásí stále více výrobců a distributorů. Konkurence s každým ročníkem roste, o to víc nás těší, že výrobky našich privátních značek letos opět bodovaly,“ hodnotí výsledky soutěže Renata Maierl, tisková mluvčí řetězce Kaufland, který ovládl katego-



rii jogurtů a slaných pochutin. V kategorii jogurtů se Nejlepší novinkou staly K-Classic selkové jogurty, které zrají v kelímcích, což jim dodává plnou chuť a vláchnou hustou konzistenci. S obsahem tuku od 3,0 % do 3,6 % jsou skvělou volbou, a navíc je řetězec Kaufland nabízí v klasické bílé variantě, ale také s jahodovou či borůvkovou příchutí. Kategorii slaných pochutin vyhrály hospodské brambůrky K-Jarmark, které jsou vyrobené podle tradiční receptury a z českých brambor. Spotřebitele oslovily mimo jiné tím, že jsou mírně solené a mají intenzivní česnekovou příchutí.

„Zaznamenáváme dlouhodobě rostoucí tendenci v prodeji produktů našich privátních značek. Obě oceněné značky nabízejí našim zákazníkům kombinaci vysoké kvality a přijatelné ceny,“ sdělila Renata Maierl s tím, že řetězec bude nadále pracovat na inovacích a rozšíření výrobků z řad privátních značek. (tz)

Chovatelé prasat prodělali loni skoro miliardu



Cena jatečných prasat se po dlouhých měsících konečně dostala nad výrobní náklady. Pro chovatele prasat je to samozřejmě velmi dobrá zpráva, ale v žádném případě to neznamená, že by byly problémy zažehnány. V průběhu loňského roku totiž chovatelé přispívali spotřebitelům na nákup každého kilogramu téměř třemi korunami, a celý sektor tak prodělal skoro tři čtvrtě miliardy korun.

Ústav zemědělské ekonomiky a informací zpracovává nezávislé šetření nákladů a tržeb u jednotlivých zemědělských komodit. Podle jeho

předběžných závěrů byly v roce 2022 náklady na produkci kilogramu jatečného prasete těsně pod hranicí 42 Kč (41,97 Kč/kg živé hmotnosti). Výkupní cena jatečných prasat však byla pouhých 33,48 Kč/kg. Ztráta na každém kilogramu tedy činila hrozivých 8,49 Kč, a jen díky podpoře se podařilo alespoň část této ztráty umazat.

Protože podle Zelené zprávy, vydávané Ministerstvem zemědělství, byla situace v roce 2021 obdobná (náklady 36,18 Kč/kg, tržby 31,53 Kč/kg), dosáhla kumulovaná ztráta za tyto dva roky úrovně dvou miliard korun. Tyto ztráty budou chovatelé prasat kompenzovat dlouhou dobu. Nebyly přitom způsobeny jejich nízkou konkurenceschopností, ale celkovou krizí odbytu, a především exportu na úrovni EU – tedy něčím, co tuzemští chovatelé nezpůsobili ani nemohli ovlivnit. V současnosti dochází u zemí,

kteří vyrábějí mnohonásobně více vepřového masa, než sami spotřebovávají, k rychlé redukci stavů. Protože je Česká republika již dnes závislá z více než 50 % na dovozu vepřového masa ze zahraničí, měl by podobný vývoj u nás dramatické dopady na potravinovou bezpečnost.

Systém podpor v ČR vytváří dlouhodobou nerovnováhu mezi ekonomikou v rostlinné a živočišné výrobě a jejím výsledkem je postupný pokles stavů hospodářských zvířat. Jen v loňském roce se propadl počet prasníc o dalších 12 % a spolu s tím se snižuje produkce jatečných prasat. Současné plány vládní koalice na úspory v národních dotacích vytvářejí mezi chovateli další nejistotu. Bez udržení podpor se totiž sektoru v žádném případě nepodaří vyrovnat se se ztrátami z posledních dvou let a zvrátit nepříznivý vývoj v potravinové bezpečnosti ČR. Spo-

třebitelé u nás by tak byli nuceni nakupovat stále více dovozového masa a dopady na bilanci zahraničního obchodu, zaměstnanost na venkově, a v neposlední řadě i na uhlíkovou bilanci by se dále zhoršovaly.

„Chápeme sice nutnost konsolidace státního rozpočtu, ale jsme přesvědčeni, že je velký prostor pro racionalizaci mnohých nákladů státní správy,“ řekl předseda Svazu chovatelů prasat, Ing. Josef Luka. „Zachování programů, které mají výrazné pozitivní efekty, je ale velmi důležité. Žádáme proto vládu o udržení úrovně dotací pro chovy prasat, mimo jiné i proto, že všechny podpory jsou zaměřeny na zlepšování zdravotního stavu a životních podmínek zvířat. Jejich snižování by tak mělo vedle negativního vlivu na spotřebitele také nepříznivý dopad na samotná zvířata,“ dodal ještě. (tz)

Odbourávání nadměrné administrativy je neúčinné, pokud nebude probíhat systematicky

Hospodářská komora oceňuje, že vláda projednala již druhý Antibyrokratický balíček, který snižuje administrativní zátěž firm. Jeden balíček opatření za rok se ale zdaleka nevyrovná vysokému počtu povinností, které zákonodárci podnikatelům nově ukládají. Upozornila na to Hospodářská komora ČR, která stav regulatorní a administrativní zátěže a jeho dopad na podnikatelské subjekty dlouhodobě analyzuje.

„Nových povinností přibývá mnohem rychleji, než kolik jich ubývá. Jedna odstraněná povinnost je často nahrazena několika dalšími. Odbourávání nadměrné administrativy podnikatelů, která je dlouhodobě jednou z největších překážek podnikání v České republice, je tak v praxi neúčinné. Jedinou cestou je provedení důsledné analýzy podnikatelských povinností vyplývajících ze zákonů a jejich následný systematický monitoring,“ upozornil prezident Hospodářské komory Zdeněk Zajíček. Ten zároveň připomněl, že z analýzy, kterou provedla Hospodářská komora, jen 21 základních podnikatelských zákonů ukládá podnikatelům více než 1700 povinností.

Česká republika si přitom nevede dobře už ani v mezinárodním srovnání. Regulační prostředí a přívětivější podnikatelské klima dlou-



hodobě sleduje index Ease of doing business, který porovnává země v tom, jak snadné je v dané zemi podnikat. V rámci tohoto mezinárodního zkoumání, využívajícího několik metrik s cílem porovnat prostředí podnikové regulace, se Česká republika umístila v roce 2020 na 41. místě ze všech 190 hodnocených světových ekonomik. V pořadí ji ale už předběhly i postsovětské země, jako je Kazachstán, Ázerbájdžán nebo Gruzie, kde jsou dle zvolených indikátorů jednodušší a přívětivější podmínky pro podnikání. Problémem je celkový vývoj, od roku 2015, kdy Česká republika obsadila

26. místo, se její pozice každoročně propadá. Jako příklad nově uvalené administrativy na podnikatele lze uvést povinnost zaměstnavatelů evidovat u úřadů všechny dohody o provedení práce. V případě ozdravného balíčku zrušení nepeněžních zaměstnaneckých benefitů dopadne na zaměstnavatele novou povinností vykazovat, zdaňovat a zpojistňovat hodnotu plnění poskytnutých zaměstnancům. A třeba u nikotinových náhrad, které se dosud nezdaňovaly spotřebními daněmi, bude nutné, aby výrobci či dovozci nově vedli celou daňovou agendu. Novými povinnostmi bude provázeno

třeba i vyvlastňování majetku. Hospodářská komora přitom už od roku 2015 opakovaně varuje všechny vlády u moci, že velkým problémem ekonomiky není ani tolik výše daní, ale vlivem demografie úbytek pracovníků, kvůli kterým tuzemská ekonomika funguje značně pod svým potenciálem, a zejména legislativou vyvolané neproduktivní činnosti, jako je nadměrná administrativní zátěž v podnicích. Ta zpomaluje růst země, firmy a stát na ni vynakládají zbytečně miliardy korun, přesto její redukce je jen kosmetická.

„Vláda by měla být ve svém závazku vůči podnikatelům snižovat jim administrativu mnohem ambicióznější. Desítky a stovky nových povinností zdaleka nenahradí jednotky rušených povinností za rok. Při projednávání konsolidačního balíčku se nám podařilo se členy vlády otevřít jednání o citelnějším snížení administrativní zátěže podnikatelů. Vládě jsme poslali prozatím 34 možných oblastí, kde lze administrativu snižovat. Předpokládáme ale, že se budeme bavit o mnohem větším balíku úprav, proto se chystáme vládě zaslat konkrétní návrhy na odstranění další regulační a byrokratické zátěže. Také budeme chtít otevřít debatu o systému evidence a analýzy celého právního systému, který dlouhodobě prosazujeme jako PES pro podnikatele (Právní elektronický systém pro podnikatele),“ uzavřel Zdeněk Zajíček. (tz)

Podnikatelé před úpadkem dostanou šanci

Podnikatelé, kteří se dostanou do finančních potíží, budou mít novou možnost, jak svou situaci řešit. S odvrácením bankrotu jim pomůže takzvaná preventivní restrukturalizace. Počítá s tím návrh zákona, který projednává Poslanecká sněmovna. Zákon převádí do českého právního řádu některá ustanovení z evropské směrnice o restrukturalizaci a insolvenční. Důležitou roli budou v celém procesu hrát také znalci. Návrh zákona ohledně jejich působení ale obsahuje několik sporných bodů, vysvětlila Oxana Šnajberg ze znalecké kanceláře EqSA.

Novinka má včas odhalit finanční problémy podnikatelů a zahájit ozdravný proces. Měla by je zachránit před úpadkem, a to i v případě, že se jim nedaří dohodnout s věřiteli. Preventivní restrukturalizaci využívají také další země, jako je Velká Británie, Nizozemsko nebo Německo.

Svého ozdravení má podnikatel dosáhnout zejména prostřednictvím vyjednávání

s věřiteli nad restrukturalizačním plánem. Do plánu účastníci promítnou svou obchodní a provozní strategii na následující období. Ta za cenu poskytnutí určitých úlev zajistí věřitelům lepší šanci na uspokojení a zachování existujících smluv než případný úpadek podnikatele řešený likvidačním konkurzem. Vládní návrh počítá se zapojením znalců, a to ve

dvou rovinách. V prvním případě o něm rozhodne podnikatel ve fázi sanačního projektu nebo restrukturalizačního plánu. Druhou možností je pak zapojení znalce na žádost soudu. Navrhované znění zákona je však hned z několika důvodů problematické. „Soudy si mohou vybírat pouze ze seznamu znaleckých ústavů – jejich počet s relevantním oprávněním se ale v Česku pohybuje v řádu jednotek. Okruh by tak jistě měl být rozšířen na znalce, znalecké kanceláře a znalecké ústavy,“ řekla Oxana Šnajberg, jednatelka a řídící partnerka znalecké kanceláře EqSA.

Dodala, že dalším potenciálním zdrojem nejasností je pak formulace samotného znaleckého úkolu. Soudy by se znalcem měly předem

projednat zadání znaleckého posudku a lhůtu pro podání znaleckého posudku. Toto je však v drtivé většině případů i v dnešní insolvenční praxi opomíjeno, a stává se tak zdrojem zbytečných nedorozumění, někdy dokonce i zbytečných průtahů.

Přijetí návrhu zákona o preventivní restrukturalizaci je požadováno nejen Evropskou unií, ale dlouho po něm volá i odborná veřejnost, která se preventivní restrukturalizací v současné praxi zabývá. Ze stávajícího znění návrhu zákona je však i v úzkém okruhu předpokládané působnosti znalce několik problematických bodů, které mohou snahu o zavedení flexibilního nástroje řešení ekonomických potíží podniků zmařit. (tz)

Zaměstnanecké opční programy v Česku nefungují

V zahraničí představují zaměstnanecké opční programy (tzv. ESOP) jeden z nejefektivnějších způsobů, kterým naláká nové zaměstnance. Umožňují totiž zaměstnancům získat po určitém čase podíl ve společnosti, a přímo se tak podílet na jejich úspěších a růstu hodnoty. V Česku je však tento nástroj kvůli nevhodnému režimu zdanění téměř nevyužitelný. Proto více než dvě třetiny společností, které nějakou formu zaměstnaneckých podílů nabízejí, využívají takzvané virtuální podíly.

Data o využívání ESOPů v Česku přinesla advokátní kancelář Mavericks v rámci své příručky shrnující motivační programy v České republice. Na průzkumu se podílel také portál StartupJobs a organizace Czech Founders. „ESOP umožňuje zejména mladým společnostem přilákat talentované zaměstnance tím, že jim nabídnou majetkový podíl. V Česku však pro takový nástroj nejsou vhodné daňové podmínky – zaměstnanec totiž musí z podílu odvádět daně dříve, než z něj uvidí jedinou korunu. Celkem jeho podíl může podléhat až dvojnásobnému zdanění a odvodům na zdravotním a sociálním pojištění. O problému se začalo hovořit na institucionální úrovni už

v roce 2021 a dosud se nic nezměnilo. Česku a jeho podnikatelům tak podle našeho názoru může ujet vlak oproti západní Evropě,“ shrnul stav ESOPů u nás Tomáš Ditrych, vedoucí partner advokátní kanceláře Mavericks.

ESOP (Employee Stock Options Plan) dává zaměstnancům společnosti možnost po uplynutí určité doby získat majetkový podíl, skrze který se podílí na finančních výsledcích společnosti a jejím případném prodeji. Za současných daňových pravidel jde však z pohledu zaměstnanců spíše o danajský dar. Podíl totiž zaměstnanci musejí zdanit hned při jeho nabytí, ačkoli z něj v daném okamžiku neplyne žádný peněžní příjem a jeho budoucí hodnota je nejistá. To je problém zejména u dynamicky se rozvíjejících technologických společností, které si takový daňový náklad v naprosté většině případů nemohou dovolit, a uchylují se proto k alternativním (fantomovým či virtuálním) motivačním schémátům.

„ESOPy rozhodně mají obrovský potenciál být jedním ze stěžejních katalyzátorů celé české ekonomiky. Snadno uchopitelný a realizovatelný ESOPový systém umožní firmám přilákat ty nejlepší talenty, kterým dá prostřednictvím opcí do ruky možnost podílet se na úspěchu celé společnosti. Schopní lidé se tak mohou dostat

k penězům, a později zakládat své vlastní společnosti. Z dlouhodobého hlediska se tak v ESOPech ukrývá hmatatelná šance posunout českou ekonomiku vpřed,“ vysvětlil Filip Mikschik, CEO a zakladatel StartupJobs.

Mavericks ve spolupráci se StartupJobs a CzechFounders realizovaly průzkum mezi technologickými společnostmi a startupy, které se s problémem ESOPů v Česku vypořádávají. Tři čtvrtiny respondentů nějakou formu ESOPu nabízejí, ale pouze necelá třetina jde cestou klasického, vysoce daněného ESOPu. Zbytek společností nabízí tzv. virtuální podíly. Společnosti se dobrovolně zavazují, že zaměstnancům v programu při sjednané události (například prodeji společnosti) vyplatí finanční částku odpovídající hodnotě reálného podílu. Na 31 % společností tuto možnost nabízí už během prvního roku zaměstnání. Průzkum mezi startupy je součástí nové příručky Mavericks, která podnikatelům radí s nastavením ESOP programů a nástrahami českého právního řádu. Příručka současně obsahuje návrh legislativní změny, díky níž by se české právní prostředí stalo pro společnosti využívající ESOPy mnohem zajímavějším a konkurenceschopnějším.

„Virtuální podíly pro společnosti i zaměstnance dávají v českém prostředí velký smysl.

Zaměstnanec sice nemá skutečný podíl a nepodílí se na zisku, ale z hlediska daní nemusí nic platit až do chvíle, kdy se jeho virtuální podíl prodá. Nicméně to stále není optimální cesta. Tou by byl klasický model ESOPu, který dovolí zaměstnancům držet reálný podíl ve společnosti, pro kterou pracují, za rozumných daňových podmínek. Tedy aby zaměstnanec daně platil tehdy, kdy z podílu skutečně má nějaký příjem, typicky tedy při prodeji takového podílu zaměstnancem třetí osobě,“ vysvětlil Tomáš Ditrych.

Na úrovni Evropské unie v březnu 2021 Evropská komise vydala iniciativu nazvanou EU Startup Nations Standard, jejímž cílem je vytvořit právní rámec, který by šel vstříc realitě a potřebám dnešních startupů. K iniciativě přistoupila i Česká republika, zatím se však čeká na reálné dopady iniciativy. Inspiraci pro novou právní úpravu nabízí i například Lotyšsko a Estonsko, kde je úprava značně pokročilá. Samotná kancelář Mavericks přišla již předloni s vlastním návrhem změny zákona o daních z příjmů. V poslední době po úpravě ESOPů v daňovém systému volá také nová iniciativa #ESOPasap, za kterou stojí nebo ji jinak podporují subjekty jako Míton či konkrétní podnikatelé jako Tomáš Čupr. (tz)

S benefity se zaměstnanci věnují prospěšným aktivitám 2,5krát častěji

Lidé, kteří dostávají od zaměstnavatelů volnočasové benefity, se 2,5krát častěji věnují aktivitám ve prospěch svého zdraví, tělesné a duševní kondice a pohody. Mnohem více navštěvují fitcentra a další sportoviště, vzdělávají se, nakupují kroužky nebo letní tábory pro své děti, objednávají rehabilitace nebo si platí dentální péči. Výrazně tak pomáhají regionálním službám, pro které tvoří velkou část zákazníků. Ukázal to aktuální průzkum Svazu průmyslu a dopravy ČR (SP ČR) a Unie zaměstnavatelských svazů ČR (UZS).



foto Pixabay

Zrušení daňového zvýhodnění benefitů by tak vedlo k poklesu zájmu o prospěšné aktivity, poškodilo jejich lokální poskytovatele a mělo celkově negativní ekonomické dopady.

Vůbec největší rozdíl mezi tím, kolik utrácejí lidé s volnočasovými benefity ve srovnání s těmi bez nich, je u aktivit pro děti – kroužky nebo tábory nakupují lidé s benefity 4x častěji. Trojnásobný rozdíl je pak u vzdělávacích kurzů, nákupů v optice a u sportovních aktivit. Dvakrát častěji si pak dopravují lidé s benefity 4x častěji. Trojnásobný rozdíl je pak u vzdělávacích kurzů, nákupů v optice a u sportovních aktivit. Dvakrát častěji si pak dopravují lidé s benefity 4x častěji. Trojnásobný rozdíl je pak u vzdělávacích kurzů, nákupů v optice a u sportovních aktivit. Dvakrát častěji si pak dopravují lidé s benefity 4x častěji.

Lidé si také podle průzkumu uvědomují, jak jsou pro ně benefity prospěšné. Skoro tři čtvrtiny zaměstnanců v průzkumu uvedly, že benefity se kladně projevují na jejich zdraví, duševní pohodě i pracovní výkonnosti. Čtyři z deseti dokonce tvrdí, že se na nich podílejí významně. Podle osmi lidí z deseti zlepšují spokojenost a motivaci v práci, životní spokojenost a psychickou pohodu, sedm z deseti uvádí, že mají díky benefitům lepší fyzickou kondici a pracovní výkonnost.

Většina zaměstnanců, zhruba 87 %, se přitom domnívá, že v případě ukončení daňových výhod zaměstnavatelé benefity bez náhrady zruší. To potvrzuje i dřívější průzkum Unie zaměstnavatelských svazů, podle něhož by je v takovém případě zrušilo 94 % zaměstnavatelů. Většinou by přitom nenabídlí jiné řešení.

„Průzkum prokázal, že volnočasové benefity přispívají k vyššímu pracovnímu výkonu a fyzické i duševní pohodě zaměstnanců. Představují hodnotu, kterou je dobré zachovat ve prospěch celé společnosti. Zrušení daňové podpory by většinu těchto benefitů odstranilo, aniž by byly nahrazeny jinými výhodami poskytovanými firmami. Data z průzkumu navíc ukázala, že lidé bez benefitů se násobně méně angažují v prospěšných aktivitách a utrácejí méně peněz. Pokles tržeb lze proto očekávat ve všech oblastech, kde benefity hrají roli, od zdravotní péče a vzdělávacích aktivit až po sportoviště a kulturu,“ říká prezident Svazu průmyslu a dopravy ČR Jan Rafaj.

Stát dodatečný výnos nezíská

Důvod, proč by benefity zmizely, je jednoduchý. Staly by se neatraktivními, protože by se jednoduše hradily z čistého zisku firem, zároveň by nově podléhaly zdanění i na straně zaměstnance. Firmy by tak z nich musely platit odvodů ve výši 33,8 %.

Stát podle propočtů Ministerstva financí přitom očekává, že firmy nahradí benefity zvyšováním mezd. Jejich zdaněním má dostat dodatečných 1,4 miliardy korun ročně. Průzkumy ale prokazují, že tato očekávání nejsou reálná a výnos by byl kvůli neochotě firem benefity nahrazovat zvyšováním mezd podstatně nižší. A je tu ještě jedna nepříznivá zpráva pro strážce stát-

ni kasy: Řada provozovatelů fitcenter, sportovišť, dětských aktivit či kulturních zařízení znamená kvůli úbytku lidí platících volnočasovými benefity pokles zisků. A to ve výsledku naopak způsobí pokles daňových výnosů.

„Je znepokojující, jak velký dopad by mělo případné zrušení daňových výhod pro volnočasové benefity na kondici firem a institucí v odvětvích, kde jsou tyto benefity využívány. Zaměstnanci, kteří dostávají benefity, mají výrazně vyšší poptávku po některých službách, takže zrušení této výhody nevede vůbec nic dobrého. Vláda by si měla uvědomit, že mnoho místních firem po celé zemi a v různých odvětvích služeb by se mohlo dostat do existenčních potíží. Tyto ztráty by se projevily na státním rozpočtu, a zrušení benefitů tak představuje minus i pro státní kasu,“ uvádí k průzkumu prezident Unie zaměstnavatelských svazů ČR Jiří Horecký.

Devět lidí z deseti je pro zachování podpory

Devět z deseti lidí je podle průzkumu pro, aby stát nadále benefity podporoval, a to dokonce bez ohledu na to, zda je pobírají, či nikoli. „Chceme snad, aby se rušily kupříkladu zájmové kroužky pro děti, kulturní akce či aby se zhoršila dostupnost různých zdravotních, jazykových a vzdělávacích služeb? Toto směřování přece není v souladu s vyspělou ekonomikou 21. století,“ doplňuje Jiří Horecký. (tz)

Naše kavárna

Jakub Barcuch obchodním ředitelem RIM CZ

RIM CZ, přední výrobce ergonomického kancelářského nábytku, oznámil jmenování Jakuba Barcucha do pozice nového obchodního ředitele. Bude zodpovědný za strategické plánování, řízení obchodních operací a růst společnosti na klíčových trzích.

Změny v ČBA

Novým prezidentem ČBA je Jan Juchelka, který ve funkci vystřídá Tomáše Salomona. Ten se nově stane prvním viceprezidentem asociace. Rozhodlo o tom Shromáždění členů ČBA. Předsedou Dozorčího výboru ČBA bude Tomáš Nidetzky.

Sponzoring, charita, pomoc

Bertíci budou znovu pomáhat

Nadační fond Albert vyhlásil grantovou výzvu v programu Bertík pomáhá 2024. Tradičně je otevřená organizacím, které se starají o děti a mládež se složitým sociálním či ekonomickým zázemím. Nejlepších sto regionálních projektů si rozdělí částku čtyři milióny korun, a to na základě podzimního hlasování zákazníků obchodu Albert. Cílem již 24. ročníku grantového programu Bertík pomáhá je zlepšit životní příležitosti dětí a mladistvých, kterým osud nedopřál snadný start do života. (tz)

Lego naší legislativě

Co je registrační list

Registrace pacienta je administrativní úkon, který podle zákona č. 372/2011 Sb. (o zdravotních službách) musí následovat vždy po tom, co lékař registrujícího poskytovatele přijme pacienta do své pravidelné péče. Registrujícím poskytovatelem v ambulanci péči je všeobecný praktický lékař, praktický lékař pro děti a dorost, zubní lékař (stomatolog) a také gynekolog. Registrující lékař je povinen při přijetí pacienta do dlouhodobé, pravidelné péče vyplnit registrační list, který pacient podepíše. Jeden doklad zůstává v evidenci registrujícího poskytovatele a druhý doklad (stejnopis) obdrží pacient. Právě podepsaný registrační list je potvrzením pro pacienta, že je registrován do pravidelné dlouhodobé péče u daného lékaře.

Registrační list je také dokladem pro poskytovatele zdravotní péče, že pacient souhlasil s registrací a že poskytovatelé vznikl nárok na pravidelnou platbu od zdravotní pojišťovny za daného pojištěnce. Poskytovatel následně informuje zdravotní pojišťovnu prostřednictvím formuláře Přihláška registrovaných pojištěnců. Zdravotní pojišťovna všechny registrace eviduje z důvodů úhrad poskytovateli a následné kontroly.

Novou registraci automaticky zaniká předchozí registrace u původního registrujícího lékaře. Vždy je platná poslední provedená registrace, resp. poslední vyplněný a podepsaný registrační list. S registrací jsou spojeny další aspekty, které by měl každý pojištěnec znát. Pacient má právo na výběr registrujícího ambulantiho lékaře ve výše uvedených odbornostech primární péče a znovu ho může změnit nejdříve za tři měsíce od předchozí registrace. V kratších intervalech to není možné. Registrován může být pouze vždy u jednoho poskytovatele příslušné odbornosti.

V odbornostech všeobecné praktické lékařství (odb. 001), praktické lékařství pro děti a dorost (odb. 002) a klinická stomatologie (odb. 014) jsou úhradové mechanismy vázány na evidované registrace pacientů, které daný poskytovatel nahlásil zdravotní pojišťovně.

V případě praktického lékařství (odb. 001, 002) jde o tzv. kapitační platbu za každého registrovaného pacienta. „Kapitační platba se liší dle věku pacienta, tzn. je odlišena tzv. věkovými indexy, které zohledňují nákladovou náročnost pacienta. V této kapitační platbě jsou zahrnuty některé základní úkony spojené s péčí o registrovaného pojištěnce. V případě stomatologů probíhá úhrada ze strany zdravotní pojišťovny prostřednictvím tzv. agregované platby a (oproti praktickým lékařům) není odlišena tzv. věkovými indexy,“ uvedla Viktorie Plívová, tisková mluvčí VZP. (tz)

Udržitelnost

Jak hodnotit udržitelnost nákupů ve firmách

S rozvojem udržitelnosti ve firmách řeší stále více podniků i svůj přístup k nákupům. Firmy se dnes učí zavádět cirkulární a udržitelné principy ve výrobě. Avšak v oblasti nákupů výrobních materiálů či v pořizování zboží a služeb pro provozní účely iniciativy vážnou.

Jedním z důvodů je, že firmy posuzují nákupy stále především z pohledu pořizovacích nákladů. To však není pro zhodnocení udržitelnosti výrobků a služeb dostačující. Řešením je posouzení dlouhodobé ekonomické hodnoty výrobku neboli Life Cycle Costing. V čem nástroj Life Cycle

Costing spočívá, jak zapadá do ESG reportingu a co firmám poskytne za informace? „Klíčovou perspektivou, jakou se dnes musíme ve firmách dívat na cirkularitu v nákupech, je tzv. Life Cycle Costing. Tento ukazatel měří dlouhodobou ekonomickou hodnotu výrobku nebo služby. Kromě

pořizovacích nákladů bere v potaz také operativní náklady spojené například s údržbou a opravami produktu, spotřebou energie i náklady spojené s koncem užívání výrobku a jeho likvidací. Přístupují-li firmy k nákladům v tomto širším kontextu, tak vychází cirkulární nákupy jako ekonomicky mnohem přijatelnější, a to i přes mnohdy vyšší pořizovací cenu udržitelnějšího nebo cirkulárního produktu,“ vysvětluje Dagmar Milerová Prášková, expertka CIRA Advisory na udržitelné nákupy firem. (tz)

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

Konflikt jako cesta k úspěchu

Gabe Karp

Vadí vám konflikty? Raději ustoupíte, nebo se nejlépe do konfliktu vůbec nezapojíte? Ve výsledku to může mít škodlivější dopad, než se pohádat. Většina lidí považuje konflikt za špatnou věc, které je nejlepší se vyhnout, ve skutečnosti je ale zdravý způsob přijetí konfliktu jedním ze zásadních faktorů úspěchu. Autor s více než třicetiletou praxí v řešení konfliktů na nejvyšších úrovních vás naučí nahlížet na ně jako na produktivní hnací sílu úspěchu organizací a lidí.

Atlas chuti Čech, Moravy a Slezka

Petra Pospěchová

Jihočeské knedlíky s borůvkovým žahourem, podkrkonošské kyselo, valašský skopový guláš, ornamentální chodské koláče, smažený chřest z jihu Moravy nebo patenty s oskerušovými povidly ze Slovácka. Poznejte chuťový místopis Čech, Moravy a Slezka, měří dlouhodobou ekonomickou hodnotu výrobku nebo služby. Kromě včetně představení základních surovin, recepty na polévky, hlavní jídla i sladké, 40 tipů na výlety do přírody i za gastronomickými zážitky, včetně map.

INZERCE

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

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

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

Nepříznivá událost v malých a středních firmách může znamenat konec podnikání



Rídit vlastní firmu je náročné. Znamená to starat se naráz o spoustu věcí, často i o zaměstnance. A co když do toho přijde nějaká větší nepříjemnost nebo událost, která ohrožuje prosperitu, v horším případě i další existenci podnikání? Pro tyto případy je tady pojištění. Je-li správně nastaveno, může budoucnost firmy zachránit.

Pojištění by mělo být podnikateli vnímáno jako služba, která pomůže v případě nenadálých a nepříjemných událostí udržet firmu nad vodou, ale dnes podnik podpoří už i v běžných každodenních nesnázích. Podstata tkví v možnosti obnovit poškozený nebo zničený majetek, dále v krytí škod, které podnikatel přímo či nepřímo způsobí třetím osobám a subjektům v souvislosti s provozováním své činnosti, ale i v možnosti pokračovat v aktivitách v případě nenadálého omezení či přerušení činnosti či provozu, například z důvodu požáru, povodně a dalších pojistných nebezpečí. Zásadní je rovněž zajištění pomoci při nepříjemnostech, k nimž prostě v praxi dochází, možnost úspory času a peněz při obstarání užitečných služeb, aby podnikání mohlo pokračovat (asistenční servis).

Pojistné řešení pro malé a střední firmy Perfekt od UNIQA

Celý produkt je rozdělen na tři na sebe navazující části:

1. Pojištění majetku pokrývá škody vzniklé v důsledku živelních nebezpečí, přepětí, atmosférických srážek, odcizení, vandalizmu, nebo nahodilého rozbití skla, přerušení provozu, přepravě nákladu nebo peněz. Vedle samotné obnovy podnikatelského majetku se vztahuje na další finanční ztráty, které mohou v souvislosti s pojistnými událostmi vzniknout – například úhrada nákladů při odklizecích či bouracích pracích, hodnota vodného a stočného při havárii rozvodů nebo ušlý nájem v důsledku neobyvatelnosti pronajímaných prostor. Lze sjednat i pojistné krytí pro elektronická a strojní zařízení. Hodnota pojištěného majetku na jedné adrese je pro potřeby podnikatelského pojištění omezena částkou 100 milionů korun.

2. Pojištění odpovědnosti UNIQA nastavila tak, aby nabízelo co nejširší výčet krytí. Včetně často diskutovaných škod způsobených subjekty, které jednájí jménem pojištěného, nebo škod způsobených subjektům, které jsou s pojištěným majetkově propojeny. Spadá sem odpovědnost za finanční škody, za nemajetkovou újmu, za přenos choroby, za věci převzaté či vnesené, za vadu výrobku či služby, za křížovou odpovědnost apod. Letošní úpravy byly odvozeny z po-

žadavků platné legislativy, zohlednily její vývoj od implementace NOZ, a v potaz pojišťovna vzala i zkušenosti z konkrétních škod. Pojištění odpovědnosti lze nyní nabídnout po úpravě pro firmy s ročním obrátem až 150 milionů korun. Nově může podnikatel uzavřít limity pro pojištění odpovědnosti až do 75 milionů Kč, což pro segment drobných a středních firem (SME) představuje výrazný nadstandard na trhu. U limitů plnění z pojištění odpovědnosti nad deset milionů korun UNIQA redukovala pojistné.

3. Asistenční služby pro podnikatele: Drobné karamboly patří k životu i práci. Prasklé vodovodní potrubí, závada na spotřebiči, IT problém, nebo dokonce útok hackera, otázky nad účetnictvím nebo potřeba právní konzultace. Se všemi potížemi tohoto druhu se lze obrátit na pojišťovnu. UNIQA vytvořila nabídku těchto služeb ve třech balíčcích:

- Technická asistence
- Kyber & IT asistence
- Právní asistence a daňové poradenství

Kde všude může firmám pomoci asistenční servis?

- Expresní technické zásahy řemesníků při haváriích: instalatéri, elektrikáři, plynáři
- Opravy vadných spotřebičů, například myček, lednic, mrazáků, kotlů apod., případně zdrojů tepla
- Deratizace a dezinfekce
- Pomoc při živelní události, například sanace prostor
- IT: Kontrola zabezpečení systémů, wi-fi, obnova dat z poškozeného počítače, instalace techniky
- Instalace nejrůznějších zařízení: TV, set-top-boxů, kamer apod.
- Obnova dat z poškozeného počítače
- Kyberasistence: odstranění škodlivého malware, softwaru, spywaru, blokáce zneužitých dat, účtů.
- Právní asistence a daňové poradenství pro firmu
- A mnoho dalšího

Pro koho se pojištění Perfekt hodí?

Jde o široké spektrum malých a středních podnikatelů:

- Řemeslníci, opraváři, servisní pracovníci, stavební a montážní firmy
- Hotely, restaurace, pohostinství
- Služby: například kadeřnictví, kosmetika, pedikúra. Maloobchod všeho druhu
- SVJ a bytová družstva
- Další

Nepodceňujte pojištění odpovědnosti v podnikání

Okruh možných škod při podnikatelské činnosti je široký.

■ **Firmy vyrábějící výrobky** čelí jednak povinnosti hradit škody způsobené vadným výrobkem (např. exploze domácího spotřebiče a poškození zdraví či věcná škoda na vybavení by-



tu). Škody však mohou vznikat i při výrobě (např. vznítí se stroj, od kterého se požár rozšíří na vedlejší provozovnu, zároveň se poškodí zařízení v provozovně, které je na leasingu).

- Stejná povinnost nahradit škodu způsobenou vadným výrobkem platí vedle výrobců i pro **prodejce**.
- Pojištění odpovědnosti se hodí ve **službách**. V pohostinství či penzionech se lze setkat se škodami na odložených a vnesených věcech, možným rizikem je i újma na zdraví v důsledku choroby přenesené z požitého jídla.
- Pojistnou ochranu velmi často využívají **stavební firmy či řemeslníci**. Stavební firmy odpovídají za škody, ke kterým dojde přímo na staveništi (pád do neoznačeného příkopu, poškození cizích věcí nacházejících se na staveništi, překopnutí kabelů), ale i za škody, které se projeví až po předání díla (např. v důsledku stavebních úprav na jedné nemovitosti dojde k poškození vedlejší nemovitosti).
- **Řemeslníci** mohou poškodit spravovanou věc, případně způsobit škodu na vybavení bytu zákazníka.
- **Obce a města** se potýkají se škodami v důsledku nesprávného úředního rozhodnutí.

Konkrétně například chybný zápis v matrice může způsobit průtahy s pohřbem, jindy může dojít k zastavení výplat sociálních dávek. Z pojištění lze přitom uhradit i nemajetkovou újmu, která spočívá v odškodnění útrap poškozených (např. pozůstalých, samoživitelky).

- Pojištění odpovědnosti je vhodné i pro klienty typu **bytový dům, zejména pro SVJ**, z něhož lze řešit i vzájemné škody mezi SVJ a vlastníky bytových jednotek nebo mezi jednotlivými vlastníky bytových jednotek navzájem. Může dojít třeba k situaci, kdy jeden z vlastníků zanedbá péči ve své bytové jednotce a dojde k vytopení sousedů. Časté jsou i škody pádem sněhu na zaparkovaná vozidla ze střechy, kterou SVJ v rozporu se svou povinností pravidelně neodklízí.

Příklady odpovědnostních škod aneb co všechno se může stát

Zaměstnanec firmy specializující se na výškové práce kácel strom u silnice v obci. Kmen se utrhł v nedořezu a vzrostlý strom při pádu poškodil sloup vysokého napětí. Energetická společnost uplatnila kvůli nezbytné opravě a související odstávce náhradu škody ve výši bezmála 190 000 Kč.

Montážní firma měla za úkol umístit a upevnit do atria budovy u recepcce banky skleněnou přepážku s uměleckým dílem. Při instalaci se však těžká skleněná stěna uvolnila a zřítěla se k zemi. Při pádu se rozbila nejen ona, ale poškodila mramorové desky na podlaze a dřevěný pult recepcce. Poškozená společnost nárokovala u provádějící firmy náklady za zničené dílo, na provedení opravy a uvedení do pořádku ve výši přes 620 000 Kč.

Během veletrhu došlo v jednom stánku expozice k nesprávné manipulaci s varnou konvicí. Večer po ukončení otevírací doby od ní vznikl požár, který se rozšířil na větší část výstavních prostor a poškodil jiné stánky a část stavby ohněm nebo zakouřením. Následně vznikly další škody hašením. Subjekt pronajímající prostory požadoval po nájemci stánku, kde požár vznikl, náhradu ve výši 680 000 Kč, další nároky v řádu desítek tisíc korun vnesli poškození nájemci okolních stánků. (red) ■■■

