

PROSPERITA®

Prosperita? Především! Nic jiného neřeším.

OMV a BILLA spolu

Síť čerpacích stanic OMV a obchodní řetězec BILLA zahájily v září nový formát spolupráce. Společně představily další



prodejní kanál pro čerstvé potraviny – obchody VIVA BILLA. První otevřeli oba partneři na čerpací stanici Strakonická u pražské Chuchle, do konce letošního roku přibudou v Česku další tři.

E.ON: největší investice do elektromobility v ČR

Nová spolupráce společnosti E.ON a Kaufland usnadní přechod k e-mobilitě – ekologičtějšímu způsobu dopravy – zákazníkům i samotnému obchodnímu řetězci. E.ON v nadcházejících letech u všech stávajících prodejen Kaufland vybuduje síť dobíjecích hubů, poskytujících také možnost „ultra-rychlého dobíjení“ podle aktuálních standardů a zároveň připraví elektromobilní firmenní řešení i pro samotnou automobilovou flotilu Kauflandu, včetně všech výhod, které systém E.ON Drive svým zákazníkům nabízí. Spolupráce už má první viditelné výstupy v podobě nových fungujících dobíječek u prodejen Kaufland v Kolíně a v Jablonci nad Nisou nebo aktuálně v Praze v Hloubětíně. Další budou postupně přibývat.



Martin Klíma, jednatel společnosti E.ON Drive Infrastructure

Projekt výstavby dobíjecích stanic u prodejen Kaufland se dá rozdělit do dvou etap. V té první, která už započala, postaví E.ON do roku 2026 ve 41 lokalitách více než 400 dobíjecích bodů. V další vlně pak bude následovat osazení zbývajících obchodních domů. Po dokončení druhé vlny bude zákazníkům k dispozici více než tisíc dobíjecích bodů ve zhruba 140 lokalitách. „Celková investice do veřejných dobíječek u prodejen Kaufland přesahuje částku dvou miliard korun, což je z hlediska investic do elektromobility v Česku unikátní. Jsem rád, že si nás Kaufland vybral jako partnera pro elektromobilitu, protože veřejná dobíjecí infrastruktura u obchodních domů je jedním z důležitých prvků celé veřejné sítě a patří k nevyužívanějším vùbec, což nám ukázaly i spolupráce s dalšími obchodními řetězci v České republice. S Kauflan-

dem jsme se navíc domluvili na výstavbě celých dobíjecích hubů, což bereme jako standard, který bude v nadcházejících letech při přechodu na elektromobilitu potřeba,“ sdělil Martin Klíma, jednatel společnosti E.ON Drive Infrastructure, která má na starost v rámci E.ONu výstavbu a správu veřejné dobíjecí sítě. Ještě v letošním roce tak E.ON zahájí stavební úkony například u prodejen v Českých Budějovicích, v Karlových Varech, v Kladně, v Plzni, ve Zlíně, ve Vrchlavě, ve Znojmě, a samozřejmě i dále v Praze. A Martin Klíma nás také provedl filozofií elektromobility společnosti E.ON:

V srpnu jste představili nový projekt spolupráce se společností Kaufland týkající se elektromobility. Co přesně je cílem?

Cílem je instalovat do všech prodejen společnosti Kaufland dobíjecí infrastrukturu, která je připravena na výrazné rozšíření elektromobilů na českých silnicích. Vzhledem k tomu, že se prodejny nacházejí ve všech středních a větších městech, dojde tak k výraznému zkvalitnění této infrastruktury v České republice.

pokračování na straně 4

AURES Holdings ve svých autocentrech obsloužil už tři milióny zákazníků

Síť autocenter AAA Auto, Mototechna, Auto Diskont a Driverama, provozovaná skupinou AURES Holdings, v těchto dnech dosáhla celkového historického počtu tři miliónů zákazníků, které za 31 let na trhu obsloužila dohromady na výkupu a prodeji. Počet je za celou skupinu, která v současné době provozuje téměř 60 poboček v České republice, na Slovensku, v Maďarsku, Polsku a Německu. Jen letos skupina vykoupí přes 90 000 vozů a stejný počet prodá.

„Jsem ráda, že se počet zákazníků s pozitivní zkušeností se skupinou AURES Holdings stále rychleji zvyšuje. Přispívá k tomu několik faktorů, na kterých usilovně pracujeme – zvyšování počtu autocenter, rozšiřování jejich kapacity a zvyšování kvality výkupu a prodejního procesu. To vše vede ke stále pozitivnějšímu zákaznickému zážitku, což se projevuje jak v rámci výše našeho Net Promoter Score, které měříme jako jediní ve svém oboru, tak v narůstajícím množství pozitivních recenzí v internetových vyhledávacích Google a Seznam,“ uvedla Karolína Topolová, generální ředitelka a předsedkyně představenstva skupiny AURES Holdings, která provozuje mezinárodní síť autocenter AAA Auto Mototechna, Auto Diskont a Driverama.

Ke kontinuálnímu zvyšování počtu zobchodovaných vozů, který v rámci celé skupiny za sedm měsíců rok k roku vzrostl o 8 %, podle ní vede několik faktorů. „Je to jistě rozšiřování naší pobočkové sítě a zvedání kapacity stávajících autocenter, ale také expanze v nových sektorech. Tam zaznamenáváme nejvyšší růst v oblasti obchodu se zánovními vozy. V ČR tvoří tento segment již pětinu našich prodejů, rychle rosteme i na Slovensku a v Polsku. K novým skupinám zákazníků se dostáváme i díky značce Driverama nebo prostřednictvím autopůjčovny Mototechna Drive,“ vysvětlila Karolína Topolová.

V roce 2023 otevřela skupina novou pobočku AAA Auto v Ústí nad Labem a nedávno v polském Krakově. Loni k růstu počtu zákazníků přispěla i nová pobočka v polském Gdaňsku. Kromě expanze pobočkové sítě a inovací vidí skupina další prostor k růstu prodeje také v posílení obchodování s vozy s alternativními pohony. „Proto na pobočkách postupně instalujeme dobíjecí infrastrukturu, vytvořili jsme specializovaný tým pro podporu elektromobility a budujeme fotovoltaické elektrárny. Na svých webových stránkách uvádíme u elektromobilů podrobné informace o stavu jejich baterie a nákladech na provoz. Máme k dispozici špičkové diagnostické nástroje, které nám umožňují stav elektromobilů zhodnotit na zcela profesionální úrovni,“ dodala Karolína Topolová. (tz)

Najdete uvnitř listu

Citlivé firemní dokumenty: opustíme v dnešní době papírový svět	3
Jaké vyhlídky mají lidé nad 50 let na českém trhu práce	5
Velkoobchod makro ČR podporuje návrat pravého českého česneku do tuzemské gastronomie	6
Zemědělská půda v Česku zdražila o víc než 200 % za dekádu	12
Zájem o alternativní potraviny v českých obchodech roste	13

Jak se odrazila inflace na cenách krmiv pro zvířata

Psa či kočku má podle nedávných statistik až 42 % všech domácností. Ale domácí mazlíček je kromě radosti i dalším členem rodiny, kterého je nutné živit. I přes rostoucí inflaci a stále vyšší ceny potravin se ukazuje, že milovníci zvířat a majitelé domácích mazlíčků nepodléhají šetření, pokud jde o zajištění kvalitního krmiva pro své psy a kočky, protože díky zdražení surovin muselo mnoho firem s krmivem zvýšit ceny svých produktů. Češi v průměru za své mazlíčky ročně utratí až 60 miliard korun.

Celkově se inflace letos odrazila i na trhu krmiv. Všeobecně ceny vstupních surovin i služeb extrémně vzrostly v období léta 2022 až jara 2023. Poté se zastavily a nyní se nejen zdá, ale je faktem, že ceny postupně začínají klesat, či stagnovat. V prvním čtvrtletí byla chuť nakupovat dražší či nadstandardní produkty, například oblečky, poněkud slabší než v předchozích letech. Na straně zákazníka byla často obava o finanční stabilitu v běžném životě, proto se někteří mohli alespoň na čas přiklonit k segmentu levnějších krmiv. Ve druhém čtvrtletí se ale podle prodejců krmiv nákupní nálada chovatelů poněkud zvedla a chuť pořizovat si kvalitnější krmiva za vyšší ceny opět vzrostla. Nahoru šel totiž především počet pro-

daných kusů při stagnujících cenách. To způsobilo i nárůst obrátů a tržeb zhruba o 10 %.

Nicméně je vidět, že trh s krmivem je stabilní a více odolný než jiné. To s sebou ale nese i riziko pro chovatele, kdy je třeba velmi pečlivě studovat obaly i složení produktů, které kupují. Na již tak přesycený a konkurenční trh s krmivem se, především poslední dobou, dostávají firmy a produkty sice za velmi nízkou cenu, ale také s velmi nízkou kvalitou. Zavedené firmy mají naopak k dispozici své výživové poradce, kalkulačky krmiv i široké možnosti konzultací a psaní článků, aby chovatelům poradily.

Na inflaci trh s krmivem reagoval velmi rychle. Byl k tomu donucen především zvyšujícími se cenami u vstupu do výroby. „A protože výroba krmiv je energeticky i distribučně náročná, zvyšovaly se vstupní náklady velmi rychle. To posunulo ceny finálních produktů až o 10–20 %. Jistou pomocnou rukou byl ale kurz silné koruny vůči euru. Mnoho vstupních surovin u některých českých výrobců pochází z evropských farem a podniků. Jenže tyto suroviny spolu s distribučními náklady meziročně v porovnání 2021/2022 do prvního čtvrtletí 2023 stouply až o 37 %. Kurz koruny však pomohl k tomu, že celkové náklady vzrostly o maximálně 14 %. A tento scénář zajistil mnoha výrobcům, že své produkty o tolik neprodražily,“ řekl ekonomický odborník Martin Meloun.

Jak na inflaci reagoval jeden z výrobců? „Ihned jsme začali zavádět úsporná opatření jako např. instalaci fotovoltaické elektrárny na střechu výrobní haly, pořídili jsme moderní výrobní stroje, přešli jsme ze zemního plynu na propan. K tomu jsme hledali nové dodavatele nebo jsme jednali se stávajícími dodavateli surovin, abychom dokázali snížit ceny na vstupu do výroby. Díky našemu obratu a množství odebraných surovin se povedlo snížit nákupní ceny některých surovin a od srpna 2023 snížit prodejní ceny o 5–18 %,“ sdělil majitel české značky krmiva Yoggies Jiří Švihálek.

A dodal: „Do jisté míry je inflace zdravou záležitostí, pokud se nenajde na trhu segment, který chce na dané situaci vydělat. V našem případě můžeme jmenovat explozi cen energií. Tyto ceny bylo třeba promítat do výsledných cen produktů. Dobrou zprávou však je, že všechno špatné je k něčemu dobré. Energetické firmy nás všechny naučily více šetřit a poohlížet se i po jiných zdrojích. A tak se zdá, že inflace se drží na uzdě a trh krmiv se nejen stabilizoval, ale kupující se opět vracejí ke kvalitním krmivům. A některá zlevňují. Předpokládám, že konec letošního roku by mohl být stabilnější než rok předchozí. Mnoho dodavatelů má ještě dnes sklady plné a snaží se tyto suroviny prodat za stejnou, nebo dokonce nižší cenu. To by se mohlo promítnout do vstupních, a následně i do prodejních cen.“ (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: 3. října 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

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

Korektury: Mgr. Pavla Rožničková

Grafická úprava: Michal Schneidewind

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

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

Tisk: Novotisk

U Stavoservisu 1a, 108 00 Praha 10

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

Časopis je v roce 2023 rozšiřován dle vlastního adresáře redakce.

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

Prosperita partnersky spolupracuje:

■ se společností
NEWTON Media a.s.



■ s Úřadem
průmyslového vlastnictví



■ s Českou společností
pro jakost



**Komunikujme a hledějme
ta nejlepší řešení pro vás.**

PROSPERITA®
Prosperita? Především! Nic jiného neřeším.

www.iprosperita.cz

**Madam
BUSINESS**
PROSPERITA

www.madambusiness.cz

**fresh
TIME**
PROSPERITA

www.freshtime.cz

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

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

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

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

S tužkou za uchem

Třeba obecní sad

Ve městě i na vsi se občas najde plácek, který nemá využití. Přitom by mohl sloužit jako malá zahrada, sad s několika stromy. Kdo by potřeboval, mohl by si natrhat košík třešní, miskú rybízú, hrneček borůvek. Samozřejmě by se musela vytvořit pravidla, podle kterých by to všechno fungovalo, aby jedni příležitosti nezneužívali nebo dobré skutky neničili. To se dá vymyslet. Někde to možná funguje, jinde by mohlo. (rix)

Zaujalo nás

Generace Y a Z má menší zájem o vlastnictví auta či bydlení

Ještě donedávna bylo snem většiny mladých mít vlastní automobil či bydlení. To ale pomalu přestává platit. Důvodů je několik. Od ekonomických přes ekologické až po změnu preferencí v oblasti kvality života. Jednou z příčin posunu vztahu k vlastnění jsou bezpochyby ekonomické faktory. Nejde ale jen o finance, ale i o změny preferencí. Generace Y a Z se liší od předchozích generací ve svých preferencích ohledně vlastnictví majetku. Mnozí mají větší prioritu v důrazu na životní styl a svobodu než na vlastnění majetku. Neradi se omezují v oblasti práce i místa bydlení. Proto si raději udržují flexibilitu a mobilitu, aby se snadno mohli přizpůsobit měnícím se okolnostem či přicházejícím příležitostem v oblasti práce, operativního stěhování se do jiných měst či států či cestování. „Vlastnictví bydlení a auta může být časově a finančně náročné a může způsobit stres a úzkost. Někteří lidé se mohou rozhodnout pro jednodušší životní styl, který jim umožní více času a energie věnovat se rodině, přátelům, koníčkům či cestování,“ potvrdila psycholožka Mgr. Simona Hřebíčková. Mladí lidé mají také výrazné ekologické citění. Rozhodují se i podle toho, jaký má výběr jejich životního stylu dopad na životní prostředí, a jak tím sníží svou uhlíkovou stopu. Tomu všemu nahrává i snadnější přístup ke sdíleným službám. (tz)

Mediální partnerství v roce 2023

1. Soutěž MANAŽER ROKU
2. Soutěž Ambassador 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.

Česká chuťovka už 15 let zviditelňuje nejchutnější potraviny

V ještě nedávných dobách hojnosti se dostatek a nízká cena potravin zdály být nezměnitelnou samozřejmostí. Pak přišlo pár krizových let způsobených covidem, ruskou agresí na Ukrajině, bláznivým růstem cen energií a nevidanou inflací, které nás vyvedly z příjemného snu o věčných létech tučných, abychom si uvědomili, jak vratké mohou být zdánlivé jistoty v dnešním silně globalizovaném světě. Avšak jako všechno zlé je k něčemu dobré, i nastalá situace nás přiměla zamyslet se mimo jiné i nad soběstačností a spravedlivými cenami potravin.

Zatímco ještě loni řadě firem hrozily vážné existenční problémy, což pocítila i soutěž Česká chuťovka nižším počtem účastníků, letos se dovídáme, že zisk mnohých zemědělských a potravinářských firem se dostal do nečekaně dobrých čísel. Vystává ale otázka, zda tolik kritizované a politicky výbušné zdražování potravin není často spíš narovnáním cen, kdy ty dřívější například v pekárství i jinde dlouhodobě neumožňovaly ani prostou reprodukci, natož nezbytnou modernizaci výroby. A ne všem se přitom daří stejně – zjednodušování a paušalizace nejsou na místě.

Soutěž o značky Česká chuťovka a Dětská chuťovka sice tyto nedávné ekonomické turbulence také v konečném důsledku pocítila, a proto se jí rovněž týkají, její smysl a cíl je ale stabilní a neměnný – motivovat výrobce k co nejvyšší kvalitě, a tím i co nejlepší chuti potravin, a zákazníky k tomu, aby tyto poctivé výrobky na trhu vyhledávali. Historie soutěže přesvědčivě potvrzuje, že se jí toto předsevzetí, které jí do vinku dali nezávislí potravinářští odborníci, kteří ji před patnácti lety založili a stále pečují o její nezávislost a odborný respekt, daří naplňovat. O tom také svědčí fakt, že za předchozích 14 let se značkou Česká chuťovka může pyšnit již 1516 výrobců od 226 firem a značkou Dětská chuťovka celkem 259 potravin od 98 českých výrobců.

Od roku 2017 poskytuje soutěži aktivní záštitu Stálá komise Senátu pro rozvoj venkova, která tím deklaruje svůj zájem o podporu českých potravin. Na tiskové konferenci 28. srpna v Senátu vyjádřil pokračující stabilní podporu projektu Česká chuťovka předseda této komise senátor Jiří Vosecký, i když slavnostní předávání letošních ocenění se po deseti letech vrátí na podzim ze Senátu do Národního zemědělského muzea v Praze, kde se odehrávalo již v prvních ročnících tohoto klání.

Záštitu soutěži letos poskytl tradičně ministr zemědělství Marek Výborný a rovněž prezident Agrární komory Jan Doležal a prezident Svazu obchodu a cestovního ruchu Tomáš Prouza. Odbornou úroveň a prestiž soutěže pak podtrhuje dlouholetá odborná garance renomované Vysoké školy chemicko-technologické



Z tiskové konference k letošnímu 15. ročníku České chuťovky

v Praze společně s VOŠ, SPŠ a SOŠ Podskalská, která zajišťuje vysoce profesionální zázemí oběma hodnotitelským komisím – jak odborné, tak i dětské. Odborným patronem soutěže pak je rektor VŠCHT prof. Dr. RNDr. Pavel Matějka.

Uzávěrka přihlášek do letošní soutěže byla 14. září. Slavnostní předávání ocenění se uskutečnilo 2. listopadu. Přítomní novináři tam i letos na základě vlastní ochutnávky předají tři ocenění Cena novinářů – Česká chuťovka 2023. V pořadí již třináctá výrazná osobnost českého potravinářství bude slavnostně poctěna titulem Rytíř české chuti. Spoluorganizátorem slavnostního předávání ocenění je Česká cesta – Via Bohemica, z.s.

Přihlášku i pravidla soutěže, jakož i seznam historicky všech úspěšných výrobců a oceněných potravin, lze nalézt na www.ceskachutovka.cz. Českou chuťovku je možné také sledovat na Facebooku, kde jsou uveřejňovány aktuální informace a novinky od držitelů ocenění.

Generálním partnerem soutěže je Albert ČR, tradičním partnerem je opět Hasičská vzájemná pojišťovna, která poskytne jejím účastníkům zvýhodněné podmínky při sjednávání pojištění, a Český porcelán Dubí, jenž opět potěší držitele České i Dětské chuťovky vkusnými porcelánovými závěsnými plaketami s logem soutěže. Váženým partnerem České chuťovky je i Národní zemědělské muzeum. Hlavními mediálními partnery soutěže jsou vydavatelství AGRAL, vydavatelství RIX a Regionální televize CZ, partnerem Dětské chuťovky pak je tradičně Dětská tisková agentura. (tz)

Partneři www.iprosperita.cz

hlavní partner:



partner plus:



partneři:



odborní partneři:



Prosperita vás provází děním v businessu už 25. rokem!

Citlivé firemní dokumenty: opustíme v dnešní době papírový svět

Onlio, a.s., je ryze česká IT společnost specializující se na softwarové produkty zaměřené na digitalizaci firemních procesů a systémovou integraci. Disponuje nejvyšší certifikací v celosvětové síti partnerů PipeDrive CRM (Elite) a Atlassian (Platinum Solution partner Enterprise), kde patří mezi deset největších partnerů v Evropě. Vlastní produkt eDoCat DMS postavený na platformě Alfresco CE je jedním z řešení s nejlepším poměrem cena/výkon na současném trhu nástrojů pro správu elektronických dokumentů a řízení jejich oběhu pomocí workflow, což dokládají mnohá prestižní ocenění, například IT produkt roku nebo opakované úspěchy v soutěži CIO Business world Případová studie roku. Firmám Onlio nabízí pomoc například při bezpečném uchování citlivých dokumentů. Ne každá totiž tento proces zvládá na jedničku. Více jsem se dověděla od Pavla Nykla, obchodního ředitele Onlio:

Jakou škálu citlivých dokumentů by měly firmy dnes uchovávat? A jaké to vůbec jsou? Patří do jejich spektra třeba pracovní smlouvy se zaměstnanci?

Otázka nestojí tak, jakou škálu by měly uchovávat, ale jakou škálu uchovávají. Ale kardinální otázku vnímám jinak: Jak dnes firmy uchovávají citlivé dokumenty? Tradiční způsob uchování originálů v trezoru už je přežitý, speciálně v situaci, když řada dokumentů už ani v papírové podobě neexistuje. Svěřit supercitlivé elektronické dokumenty běžnému serveru je hazard, protože přístupy správců sítě jsou v podstatě neomezené. Jako jedna z alternativ se jeví DMS (Document Management System) a k němu připojená důvěryhodná úložiště, která mají mimořádně jemné řízení uživatelských oprávnění až do té míry, že správci systémů jsou odříznuti od obsahu. Řízení uživatelských oprávnění v DMS, případně v kombinaci se systémem DLP (Data Leak Protection) je dnes už na takové úrovni, že se firmy nemusí obávat úniku citlivých dat.

Je potřeba si ujasnit ještě jednu věc. Dnes mnohokrát citované slovo digitalizace neznamená skenování dokladů, jejich uložení na centrální server a jejich následné rozesílání e-mailem příjemcům. Digitalizace správy dokumentů je především digitalizace procesů spojených s dokumenty. Tedy centrálně řízená výměna informací skrze jeden centrální systém, ve kterém jsou sice dokumenty uloženy, ale jádro toho systému je řízení procesů. Spolupracující uživatelé za sebou musí „trousit“ auditní stopu. Tedy

o každé jejich operaci je v systému uchovaný záznam.

Ale co se vlastně rozumí uchováváním takových dokumentů? Ať v papírové, nebo digitální podobě? Že mají být uloženy ve firemním nebo bankovním trezoru v papírové formě, či na flash nebo na disku? Patří mezi bezpečná místa běžně uzamykatelná skříně nebo šuplík? Případně notář? Mohou být na cloudu?

Opustíme v dnešní době papírový svět. Všichni v určité podobě pracujeme s elektronickými exempláři. Trezor, ve kterém jsou zamčené klíčové dokumenty, pravděpodobně najdeme ve většině firem, ale každodenní rutina si žádá

Implementace DMS je implementací centrálního řízení bezpečnosti. Díky eDoCat DMS získá firma výkonný nástroj, který zajistí uložení elektronických dokumentů ve všech režimech v souladu s evropskou legislativou GDPR i eIDAS.

daleko operativnější a flexibilnější řízení přístupu. Firmy už dnes objevily přínosy specializovaných univerzálních DMS, které zabezpečí nejen dlouhodobé uložení, archivaci, včetně případné skartace, a to i supercitlivých dokumentů, ale zajistí i auditované řízení oběhu pomocí workflow. Právě řízení oběhu dokumentů

bývá jednou z nejvyhledávanějších možností vlastností DMS.

Je už povinností mít citlivé dokumenty rovněž v digitální podobě?

Rozhodnutí o podobě uchovávaných dokumentů je zčásti na firmě, ale při kontaktu např. se státní správou jsme v podstatě dnes všichni konfrontováni s elektronickými originály. V takovém případě už papírový originál ani neexistuje. Záleží tedy na typu dokumentu a způsobu, jak s ním firma nakládá. Např. tradiční svět interních směrnic v papírové podobě s potvrzováním o seznámení s nimi na papírový prezenční arch je v mnoha firmách už dávno přežitý. Směrnice už v mnoha výrobních firmách, zdravotnických organizacích, farmacii existují výhradně v elektronické podobě, a to včetně řízení procesu prokazatelného seznámení jednotlivých zaměstnanců s každou jednou směrnicí.

Určitě firmy v tomto zdánlivě jednoduchém procesu chybují...

Existují podle mého názoru dvě skupiny firem. Ty, které na správu elektronických dokumentů s pomocí DMS už přešly nebo o přechodu uvažují, alespoň u části svých agend, a ty, které si myslí, že DMS nepotřebují. Správa dokumentů je páteří firemního proces. Jakkoli se může zdát, že není třeba jí věnovat pozornost ani investice. DMS by měl být základním informačním systémem. Na 30 % firem reportuje, že se jim už stalo, že jejich lidé nemohli najít klíčový dokument. Kolik stojí firmu taková chyba? Umí ji firma vyčíslit? DMS není technologie budoucnosti, ale současnosti. Firmy, které to už pochopily, mají konkurenční výhodu.

Oč by měly dbát především?

DMS by s firmou měl růst. Firmy by měly hledat univerzální řešení, které bude připravené na splnění budoucích požadavků. Nejde jen o schvalování faktur a žádanek o dovolenou. DMS je mimořádně přínosný systém, protože pozitivně zasáhne celou firmu. Centralizuje řízení bezpečnosti. Implementace DMS je implementace změny – způsobů práce i myšlení. Pokud máte ve firmě DMS, vyhnete se v budoucnu složitému rozhodování, kam budete ukládat dokumenty, o kterých dnes ještě ani nevíte. Od nasazení DMS nikdo nepřemýšlí, kam dokumenty patří, ani kam je má jít hledat. Vedle spousty sofistikovaných služeb DMS je jedna, která vyčnívá nad všechny – hledaný dokument najdu za pár sekund. A to vždy. Ne až za hodinu nebo druhý den po tom, co jsem ho potřeboval.

A vámi nabízené řešení?

Máme vlastní produkt – eDoCat DMS postavený na globálně používané open source techno-



Pavel Nykl, obchodní ředitel Onlio, a.s.

logii Alfresco. Mimořádný poměr cena/výkon takového řešení na českém trhu hledá konkurenci jen těžko.

Poskytujete také poradenství?

eDoCat DMS je implementované řešení. Vlastnímu nasazení předchází analýza potřeb, následuje architektura cílového konceptu, nasazení, testování a podpora v provozu. Po celou dobu, co klient využívá eDoCat DMS, jsme připraveni poskytovat buď na základě smlouvy o podpoře, nebo na vyžádání konzultační a poradenské služby. S klienty jsme v nepřetržitém kontaktu.

Zvláštní kapitolkou je patrně nakládání s doklady osob samostatně výdělečně činných. Také by jejich uchovávání mělo podléhat určitému režimu?

Implementace DMS je implementací centrálního řízení bezpečnosti. Díky eDoCat DMS získá firma výkonný nástroj, který zajistí uložení elektronických dokumentů ve všech režimech v souladu s evropskou legislativou GDPR i eIDAS. Vzhledem k tomu, jaké informace obsahují osobní doklady spolupracujících osob, ukládat je dnes na cloudová úložiště nebo na souborový systém centrálního serveru neposkytuje dostatečnou ochranu. I když to řada firem dnes právě takhle dělá.

Co doporučit malé rodinné firmě, která se po letech podnikání rozhodla udělat si „v papírech“ pořádek?

Právě za tímhle účelem jsme na trh uvedli mimořádně atraktivní edici eDoCat BOX (box.edocat.cz), která poskytuje plnohodnotně funkce DMS, ale je optimalizována právě na výkon a cenu pro malé a střední společnosti, kterým digitalizace firemních procesů není cizí.

za odpovědi poděkovala Eva Brix



V Česku významně přibývá samoobslužných pokladen

Zcela běžně už se setkáváme se samoobslužnými terminály od společnosti KB SmartPay, díky kterým můžeme na pokladnách zaplatit bez pomoci obsluhy. Najdou využití v každodenním životě, a nově začínají být populární například i v oblasti elektromobility. Dokážou lidem ušetřit spoustu času, ale nesou také svá rizika.

„Nebojte se používat platební kartu na samoobslužných pokladnách. Je to takový internetový e-shop, akorát ve fyzickém světě, přičemž zboží je po zaplacení vydáno hned na místě. K chybě může dojít nanejvýš ze strany zákazníka, když provádí objednávku, ale k žádným specifickým podvodům nedochází a vše je zcela

bezpečné,“ řekl Tomáš Janout, bezpečnostní specialista KB SmartPay.

Se samoobslužnými terminály KB SmartPay se setkáváme prakticky denně, aniž bychom si to kolikrát uvědomovali. Nalezáme je již na zhruba čtyřech stovkách parkovišť, na více než dvou stech čerpacích stanic, v samoobslužných myčkách, u potravinových automatů nebo v samoobslužných prodejnách. Na nádražích si díky nim snadno zakoupíme jízdenky a lze přes ně platit zásilky v výdejových boxů. Své využití našly dokonce i ve státních službě. Samoobslužné terminály KB SmartPay můžeme objevit i na úřadech a v jiných státních zařízeních, kde nám umožní zaplatit, co potřebujeme, aniž bychom se tísnil v dlouhých frontách, jak tomu bylo ještě před pár lety. V provozu už jich je skoro tisíc a jejich počet stále

roste. Lidé totiž stále častěji platí kartami. Jen za rok 2022 počet plateb u tuzemských obchodníků přesáhl dvě miliardy, což je značný nárůst oproti zhruba miliardě a půl plateb v předchozím roce. I nadále roste oblíbenost placení mobilem nebo chytrými hodinkami pomocí technologie NFC a služeb jako cash back, kdy se zákazníkovi vrací nějaká část útraty zpátky na účet, a v závěru tak může i něco ušetřit. Rutinní záležitosti každodenního života se totiž čím dál tím více usnadňují automatizací. V řetězci prodeje postupně odpadávají mezičlánky a zákazník se stává nezávislejším. Samoobslužné terminály s jejich uplatněním mohou být alespoň částečnou odpovědí, jak snáze stíhat naše každodenní povinnosti.

Samoobslužné platební terminály přesto nejsou žádnou novinkou. S prvními terminály

se lidé mohli setkat již před více než dekádu. Sotva si tehdy někdo uvědomoval, že je jednou budeme používat skoro na vše. Dnes už je lze využívat například i k charitativním účelům. Například v roce 2019 KB SmartPay ve spolupráci s hudební skupinou The Tap Tap představila pětimetrovou sochu Džonyho Macháčka, jednoho ze členů skupiny, ve které je zabudovaný terminál, na němž se dá zaplatit kartou a přispět na dobrou věc.

Rozvoj samoobslužných terminálů neprobíhal vždy hladce. Zákazníci se setkávali s tím, že po nich terminály vyžadovaly PIN i u plateb pod 500 Kč. S vydáním směrnice EU, která má zajistit vyšší bezpečnost bezkontaktních plateb, by už ale k takovým situacím mělo docházet jen zřídka. (tz)

Od léta 2024 musí distributoři instalovat chytré elektroměry

Energetický svět se mění. Přibývá obnovitelných zdrojů energie a dochází k čím dál tím větší decentralizaci energetiky. Klíčovou roli do budoucna hraje robustní a moderní distribuční síť a jejím důležitým prvkem jsou chytré elektroměry. Podle zákona musí už od července příštího roku distribuční společnosti začít osazovat všechna odběrná místa se spotřebou nad 6 MWh ročně chytrým měřidlem. Distribuční společnost EG.D, která je součástí skupiny E.ON v České republice, se na tuto situaci připravuje dlouhodobě a do sítě už v rámci pilotních projektů nainstalovala v několika lokalitách zhruba 33 000 chytrých elektroměrů.

„V energetice aktuálně vidíme velké změny směrem k její decentralizaci. Tradiční toky energie od konvenčních zdrojů ke spotřebitelům se mění. Lidé už nejsou pouze konzumenti, ale jsou také producenti. Do sítě se zapojuje obrovské množství obnovitelných zdrojů a díky nově schválené legislativě budou lidé moci od příštího roku ener-

gi nejen přijímat a vyrábět, ale také sdílet. Základem tohoto nového energetického světa je i nadále distribuční síť a naše poslání je stále ji spolehlivě řídit. Abychom toho byli schopni, potřebujeme detailní a rychlé informace o tom, co se v síti děje, a klíčové tak jsou chytré technologie, které už do sítě dlouhodobě instalujeme a každý rok jde na jejich implementaci značná část investičních prostředků,“ vysvětlil David Šafář, člen představenstva společnosti EG.D

Společnost EG.D začala s implementací chytrých elektroměrů do sítě už na podzim 2020 v několika vybraných lokalitách, kde už nyní funguje přes 33 000 chytrých elektroměrů. Jednou z nich, kde už jsou chytré elektroměry ve velkém množství, je třeba Písecko. V jižních Čechách je další podobnou lokalitou Blatensko a třetí významnou oblastí je pak Pacovsko na pomezí Jihočeského kraje a Kraje Vysočina. Ukázkou využití chytrých elektroměrů je pak projekt první chytré vesnice v České republice ve Starovicích na jižní Moravě. I tam EG.D osadila chytré elektroměry do nově budované části, aby je následně rozšířila do celé obce a vybavila jimi 500 odběrných míst.

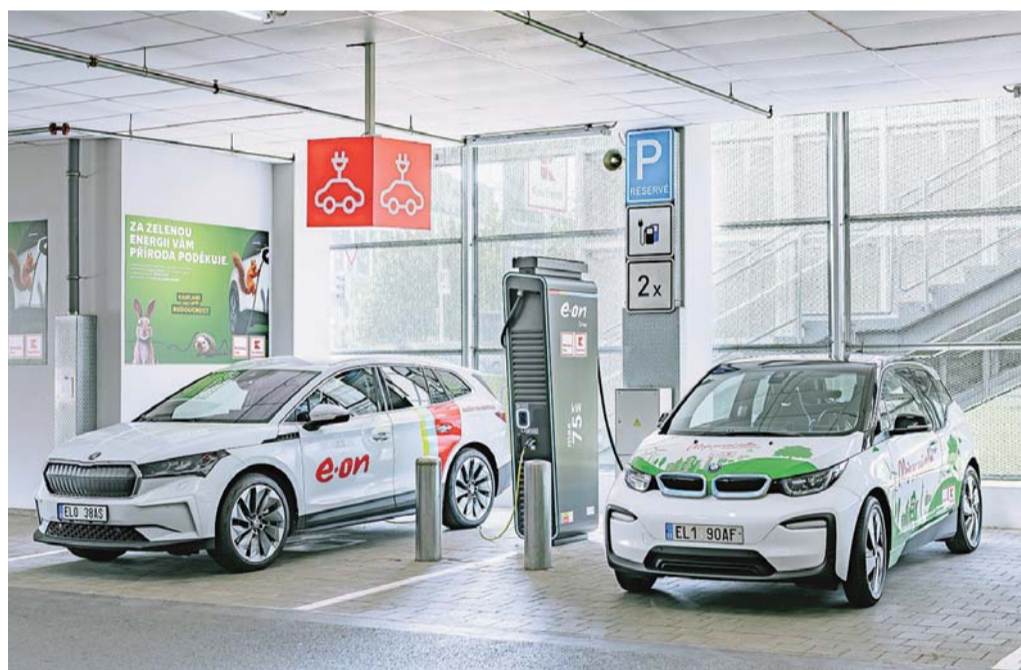


Vyhlaška určuje pro distribuční společnosti, aby od 1. července nadcházejícího roku začaly osazovat chytrými elektroměry všechna odběrná místa se spotřebou nad 6 MWh ročně. „My jsme se rozhodli, že půjdeme ještě nad rámec této povinnosti a plánujeme osadit chytrým měřením všechna dvoutarifní odběrná místa, což znamená vyměnit elektroměr zhruba u 560 000 odběratelů,“ konstatoval Tomáš Samuel, projektový manažer EG.D zodpovědný právě za projekt roll outu

chytrého měření. S prvními výměnami by chtěla EG.D začít už během jara příštího roku. Hotovo by mělo být do konce roku 2027. „Na roll out chytrého měření se připravujeme už řadu let a jsme nachystaní tak, abychom ho zvládli,“ dodal Tomáš Samuel.

Výměna klasického elektroměru za chytrý bude pro klienty zcela zdarma. A kromě výhod pro řízení sítě přinese mnoho pozitivních prvků i pro samotné zákazníky. Jedním z nich je fakt, že ubude klasické odečítání elektroměrů, jak ho lidé znají. Elektroměry budou posílat data o spotřebě každý den samy a lidé budou mít přehled o své spotřebě. S tím souvisí i řada dalších věcí. Chytré elektroměry umožní v téměř reálném čase optimalizovat vlastní spotřebu, využívat energii efektivně, a v důsledku tak snížit náklady či dopady na životní prostředí. Vždy aktuální informace o naměřených hodnotách se budou hodit například při změně dodavatele, při přepisu odběrného místa, při mimořádné fakturaci nebo při změně cen. Chytré elektroměry jsou také potřeba pro klienty s FVE elektrárnou nebo například s wall-boxem pro dobíjení elektromobilů. (tz)

E.ON: největší investice do elektromobility v ČR



dokončení ze strany 1

Rozhodli jste se tedy vybudovat u všech současných prodejen tohoto obchodního řetězce síť dobíjecích hubů, včetně možnosti ultrarychlého dobíjení. Dokdy by vše mělo být hotové a fungovat?

Projekt už se rozběhl, instalovali jsme již první lokality, kde jsme vyměnili stávající stojany o výkonu 50 kW a nahradili je novým typem o výkonu 75 kW, který dále budeme rozšiřovat až na cílový standard, který bude obsahovat dvě dobíjecí stanice o výkonu 150 kW a dvě stanice 50 kW, celkově bude tedy u každého obchodního domu pro zákazníky k dispozici minimálně osm dobíjecích míst. Všechny instalace by měly být hotové do konce roku 2026.

Bude to poměrně značná investice, v Česku vlastně unikátní. Pokud by se na vás obrátil další obchodní řetězec nebo třeba nějaký státní podnik, dejme tomu Česká pošta, dokázali byste vyjít vstříc? Případně v jakém časovém horizontu?

Máte pravdu, jde o největší investici do elektromobility v České republice. Další společnosti se na nás samozřejmě obracejí a vždy posuzujeme individuálně, jak moc zajímavý pro nás ten konkrétní partner je a jak nám doplní stávající portfolio. Priorita je pro nás dlouhodobé partnerství, ze kterého benefitují obě strany.

U jaké prodejny Kauflandu bude dobíječek nejvíce?

U prodejen budeme držet jednotný standard. Pro zákazníka pak bude jednoduché cestovat po celé České republice, aniž by musel hledat informace o dostupných stanicích a výkonech, protože vždy dostane stejné možnosti dobíjení. Naši úlohou je dělat elektromobilitu dostupnější a tímto krokem ji dle našeho názoru výrazně zjednodušíme.

Zakládáte si na zákaznické vstřícnosti. Jak se promítne do marketingu kolem dobíječků? Připravíte společně s Kauflandem nějaký věrnostní motivační program?

Určitě je to něco, na čem budeme společně s Kauflandem pracovat, nabízí se logické propojení s klubovou kartou Kaufland, nicméně detaily prozatím sdílet nemůžeme. Nicméně pokud se něco takového podaří, zákazníci o tom samozřejmě budeme informovat.

V čem je systém dobíjecích stanic pod značkou E.ON průkopnický? Určitě disponujete řadou čísel a dalších argumentů...

E.ON je průkopníkem elektromobility v ČR již od samého počátku. Instalovali jsme první veřejnou stanici již v roce 2011, v roce 2016 jsme otevřeli první dobíjecí hub v ČR ve Vystrkově u Humpolce. Zde jsme v roce 2019 následně otevřeli první ultrarychlou dobíječku v ČR. Nyní



na kterých se v rámci této strategie pracuje, je více. E.ON v České republice vydal na konci září i vlastní zprávu udržitelnosti, kde všechny aktivity v této oblasti lidé najdou přehledně na webu www.eon.cz.

Mohou v České republice dobíječky obsluhovat i starší děti?

Samozřejmě, dobíječky může obsluhovat kdokoliv, protože zařízení splňuje veškeré bezpečnostní normy. Já sám mám dvě děti ve věku 13 a 14 let a dobíječky běžně obsluhují již několik let.

Čím vás osobně oslovila elektromobilita? Proč jí fandíte?

Od dětství mám rád auta a měl jsem to štěstí, že jsem mohl pracovat 14 let v automotive sektoru a vidět postupné změny směrem k více ekologickým vozidlům. Tento obor jsem posléze vyměnil za elektromobilitu v E.ONu, kde působím od roku 2018. Tehdy byla elektromobilita v ČR skutečně v plenkách, jak co se týká infrastruktury, tak vozidel, a rozhodně nebylo jednoduché s tímto pohonem plnohodnotně fungovat. Bohužel díky těmto prvním rokům si elektromobilita získala mnohé odpůrce, ale porovnávat tehdejší situaci s tou dnešní prostě nelze. Ta dynamika oboru ve spojení s obnovitelnými zdroji je pro mě fascinující, je až neuvěřitelné, kam se celý obor během pár let posunul. Osobně elektroautem jezdím už více než 5 let. S tímto pohonem jsem absolutně spokojený a ke spalovacímu motoru už bych se nevrátil.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí

jme představili největší investici do elektromobility, která je postavena právě na budoucím rozšíření tohoto konceptu. Zároveň je nutné dodat, že se snažíme dělat maximum i po provozní stránce. Pro zákazníky máme již od samého počátku k dispozici nonstop linku, kterou jsme nově doplnili o anglicky mluvící operátory. Těch věcí je samozřejmě více, ale už z tohoto výčtu můžete vidět, že za těch pár let jsme se posunuli o pěkný kus dopředu a další kus práce je stále před námi.

A jak zapadá do vaší strategie udržitelnosti?

Elektromobilita je samozřejmě jedním z pilířů naší strategie udržitelnosti, nicméně těch témat,

Pro flotilu Kauflandu

Vedle budování veřejné infrastruktury společnost E.ON nabízí širokou škálu služeb v oblasti e-mobility také pro firemní zákazníky. Součástí spolupráce je rovněž dodávka dobíjecích stanic pro vlastní flotilu společnosti, včetně všech výhod, které systém E.ON Drive uživatelům přináší. Kaufland tak bude moci realizovat svůj cíl postupné elektrifikace vlastního vozového parku společnosti a poskytnout možnost dobíjení nejen svým zaměstnancům se služebními či osobními elektromobily. Systém E.ON Drive umožňuje kompletní správu a přehled nákladů ve veřejné síti, při domácím i firemním dobíjení. Data je možná zpracovávat na jednom místě v portálu E.ON Drive a nebo automaticky přenášet přímo do systémů Kauflandu, což výrazně zjednoduší přechod floty společnosti směrem k elektromobilitě. Samozřejmostí je také využití výkonového řízení, které zajistí co nejefektivnější využití energetických limitů prodejen s cílem optimalizace dobíjecího výkonu.

Zaměstnanci budou moci využít rozsáhlé roamingové služby E.ON Drive nejen v České republice, ale také v zahraničí, a dobíjet tak jednou kartou na více než 60 000 dobíjecích bodech v deseti evropských zemích. Veškeré dostupné dobíjecí stanice jsou přístupné, včetně ceny a stavu, v mobilní aplikaci E.ON Drive, která mimo veřejných stanic zaměstnancům Kaufland ukáže i dostupné interní dobíjecí stanice.

Jaké vyhlídky mají lidé nad 50 let na českém trhu práce

Dožíváme se vyššího věku, mnohým se do klasického důchodu nechce, vyměnit společenský oděv za tepláky se nám moc nezamlouvá. Ti starší z nás hledají takový model života, na jehož základě by se dál mohli sociálně uplatnit, seberealizovat se, předávat zkušenosti, něco si ještě pár let vydělávat. Odmítáme však žít v tak zběsilém tempu jako před deseti nebo patnácti lety, ale typickými důchodci se ještě stát nehodláme. Jaký zájem mají však zaměstnavatelé o takové pracovníky? O ty, kteří tak zvané přesluhují, kteří by rádi setrvali, ale méně hodin, méně dnů v týdnu. Těžko zobecňovat. Někde si jejich přínosu váží a dokážou jej ocenit, jinde nechtějí ani slyšet. Jiří Halbrštát, manažer nábora a marketingu společnosti ManpowerGroup s.r.o., téma rozvedl:

Proč firmy v České republice tolik nestojí o zaměstnance nad 50 let?

Myslím, že manažeři v ČR málo vycházejí vstříc lidem s individuálními potřebami obecně ve srovnání se západní Evropou. Nejsou to pouze lidé v předdůchodovém věku, ale také maminky s malými dětmi atd. Populace stárne, průměrný věk Čechů je 45 let a půjde ještě rychleji nahoru. Odhaduje se, že po roce 2030 bude v západní Evropě 80 % pracujících ve věku nad 50 let. V ČR bude silná populační vlna husákových dětí před důchodem, zatímco slabá populační vlna nastupující generace na trh práce bude o 200 000 lidí méně početná. Množství nezaměstnaných nad 50 let dlouhodobě klesá v absolutních číslech, ale klesá mnohem pomaleji než celková nezaměstnanost. Výsledkem je, že podíl nezaměstnaných nad 50 let na celkové ne-

zaměstnanosti roste a nyní tvoří 37 % nezaměstnaných.

Nedělají zaměstnavatelé chybu?

Firmy většinou neumějí s lidmi v předdůchodovém věku pracovat a nadále se drží řady předpokladů, a to je patrné v postkomunistických zemích mnohem více než jinde na světě. Současná diskriminace a nezáměr o profesní rozvoj této věkové skupiny se firmám vymstí. V posledním průzkumu ManpowerGroup v oddělení Nedostatek lidí s potřebnou kvalifikací odpovědělo 66 % českých firem, že nemůže obsadit svá volná pracovní místa. Firmy tak budou nuceny přehodnotit své diskriminační postupy, protože by jinak neměly koho zaměstnat. Smutné ale je, že diskriminace kvůli věku ustupuje jen velmi pomalu.

Jaké výhody mají starší zaměstnanci oproti mladším?

Na prvním místě je to praxe, odbornost a široké portfolio zkušeností a s tím vázané kontakty. Lidé ve vyšším věku jsou psychicky více stabilní a také loajální, což vyplývá nejen z jejich osobních vlastností, které nabyli věkem, ale také ze situace, kdy většina z nich má ještě finanční závazky a musí je do důchodu splatit, tím pádem zde vzniká velká motivace si pracovní místo udržet. V neposlední řadě většina těchto zaměstnanců má již dospělé či starší děti, a tudíž se stávají více časově flexibilnějšími. Z našeho

průzkumu vyplývá, že u poválečné generace zaměstnavatelé oceňují schopnost podporovat rozvoj ostatních, sdílení znalostí a schopnost mentorovat. Dále je to zodpovědnost a spolehlivost nebo komunikační dovednosti, schopnost spolupráce a vytváření vztahů.

Firmy většinou neumějí s lidmi v předdůchodovém věku pracovat a nadále se drží řady předpokladů, a to je patrné v postkomunistických zemích mnohem více než jinde na světě. Současná diskriminace a nezáměr o profesní rozvoj této věkové skupiny se firmám vymstí.

Jsou ochotni se ti zkušenější ještě něčemu novému učit, nebo je to spíš obtěžuje?

Nejhorší je paušalizovat a připisovat jedné věkové skupině stejné vlastnosti. Někteří lidé upřednostňují s rostoucím věkem větší

klid a stabilitu. Jiní jsou nadšení z možností nových technologií a vítají další impulzy nebo možnosti předávat své zkušenosti nové generaci.

A co senioři? Mohou zastávat určité pozice ve firmách a organizacích? Mohou se plnohodnotně uplatnit i v managementu?

Každý den se v naší praxi setkáváme s řediteli, šéfy výroby, techniky, obchodníky, novináři nebo funkcionáři obchodních komor atd. v důchodovém věku. Mnoho specialistů také přechází na důchod ze soukromého sektoru do školství, aby se udržovali mentálně fit a měli pocit uplatnění a užitečnosti. Obvykle jsou to lidé, kteří v dané firmě pracují dlouhodobě a rozhodnou se zůstat i v důchodu. Hledat jinou práci kolem šedesátky je ale kvůli předpokladům komplikované.

Vyplatí se ekonomicky zaměstnávat například tři lidi na DPP na zkrácený úvazek místo jednoho klasického zaměstnance, který požaduje běžné benefity, které jsou dnes v kurzu?

Pokud se na to podíváme čistě nákladově, tak samozřejmě ne, a ještě horší to bude od podzimu s novelou zákoníku práce, který výrazně přibližuje práci na dohody trvalým pracovním poměrům. Musíte koupit tři notebooky, telefony a zaplatit trojí licenci do kancelářských softwarů. Je to také náročnější manažersky. V každém případě je to ta správná cesta, jak v době nedostatku vhodných zaměstnanců využívat rezervy na trhu práce, a to jsou právě lidé, kteří nemohou pracovat na plný úvazek. Máme vyzkoušené, že pokud se pozice inzeruje zároveň s možností částečného úvazku, bývá počet reakcí o polovinu vyšší.



Jiří Halbrštát, manažer nábora a marketingu společnosti ManpowerGroup, s.r.o.

Motivuje náš stát moudrou generaci k tomu, aby aktivně pracovala, pokud jí to zdraví dovolí? Zdá se, že zatím příliš ne. Bylo by podnětné osvobodit pracující důchodce třeba od placení sociálního či zdravotního pojištění, snížit daně z příjmu? Jaké cesty by ještě připadaly v úvahu? Jak by se daly zainteresovat právnické osoby k tomu, aby nabízely pracovní místa seniorům?

Rádi vidíme, že na Ministerstvu práce a sociálních věcí je toto jednou z priorit, i když změny se daří bohužel prosazovat velmi pomalu. Zavedená sleva na dani pro částečné úvazky znevýhodněných skupin má po půl roce nějaké výsledky, a my doufáme, že razantnější kroky pro podporu zaměstnávání starších lidí ještě přijdou. Pomoci mohou i stávající a plánované requalifikační programy na měkké a technologické dovednosti.

A mají vůbec chuť si ti starší u nás přivydělávat, stále být společensky činní?

Být prospěšný, mít smysluplnou náplň života a zachovat si sociální kontakty bývá často důležitější motivace než potřeba si přivydělat k důchodu. Počet pracujících důchodců v Česku se za deset let více než zdvojnásobil a počet se vyšplhal na 570 000 z celkového počtu 2,4 miliónu. Limitem jsou nadále hlavně nedostatečné příležitosti než nedostatečná chuť důchodců. Jejich zapojení by ale mohlo být ještě vyšší. Většina důchodců pracuje jen krátce po odchodu do důchodu. Nad 65 let jich pracuje pouze 150 000.

otázky připravila Eva Brix



Ready-made kanceláře šetří čas a peníze

V Praze je více než 56 000 m² kancelářských prostor, jež jsou k dispozici k okamžitému nastěhování. Jde především o kancelářské plochy, které jejich předchozí nájemci uvolnili kvůli stěhování do nových prostor či zmenšování v důsledku přechodu na hybridní model práce v kancelářích. Firmy, které chtějí rychle začít fungovat v nových prostorách a také zásadně ušetřit kapitálové náklady potřebné na vestavbu, tak mají z čeho vybírat. Tato sekundární nabídka vhodně doplňuje nedostatek volných kancelářských prostor v nových objektech, se kterým se Praha momentálně potýká.

Nově vznikající segment „ready-made“ kanceláří zatím jako jediná zpracovala reálně-poradenská společnost Cushman & Wakefield ve svém vyhledávacím kancelářských prostor. Ucelenou databází kanceláří v Praze připravených k okamžitému nastěhování – tedy s již existující-

mi příčkami, koberci, a mnohdy i nábytkem – lze najít na platformě officeguide.cz. Kromě kanceláří připravených k nastěhování databáze poskytuje komplexní přehled kancelářských prostor v Praze, Brně a Ostravě, které se dají vyhledávat podle mnoha parametrů reflektujících současné potřeby nájemců. Nově přináší také právě možnost najít vybavené kanceláře k okamžitému nastěhování za nejvýhodnějších podmínek či cíleně vyhledávání projektů s certifikáty kvality v oblasti udržitelnosti životního prostředí a s nízkým stupněm energetické náročnosti.

Radka Novak, vedoucí týmu pronájmu kancelářských prostor pro region střední a východní Evropy, Cushman & Wakefield, sdělila: „Mnoho firem s rozšířením práce z domova snižuje počet pracovních míst a nevyužité prostory do skončení své nájemní smlouvy dále pronajímá. Rozhodli jsme se tyto plochy, mnohdy plně vybavené, ve špičkových projektech a v žádaných lokalitách, soustředit na jedno místo, ušetřit tak zájemcům čas při jejich hledání a umož-

nit jim minimalizovat náklady spojené se stěhováním. Naše nabídka nyní zahrnuje okolo 50 000 m² kancelářských prostor, do kterých se lze téměř okamžitě nastěhovat.“

Nástroj officeguide.cz umožňuje vyhledávat mezi 350 kancelářskými projekty v Praze, kde se jich nachází většina, ale i Brně a okolí (62 budov) či Ostravě (téměř 20 budov), přičemž údaje jsou aktualizovány každý den. Vyhledávač zahrnuje špičkové kanceláře třídy A, nově včetně přepronajímaných „ready-made“ prostor. Zájemcům umožňuje vyhledávat podle lokality a dopravní dostupnosti, občanské vybavenosti v okolí, služeb v budově nebo parametrů zvyšujících komfort pro zaměstnance třeba díky přístupné terase či otevíratelným oknům. Zaměstnanci, ale ve stále vyšší míře také firmy, kladou důraz na ekologičnost budovy, a tak je již zcela běžným požadavkem ekologická certifikace a různé „zelené“ prvky, jako jsou třeba nabíječky pro elektromobily, což se na officeguide.cz promítlo do kritérií pro vyhledávání.

Radka Novak dále poznamenala: „Stále je tu i možnost vyhledávání přenechat odborníkům, kteří se na kancelářském trhu pohybuji denně, a zdarma si od nich vyžádat zaslání nejlepších nabídek odpovídajících poptávaným parametrům. Dalším krokem pak může být odborné poradenství: expertní kancelářský tým zájemcům dokáže poskytnout celou škálu služeb od vyjednání podmínek, včetně optimalizace servisních poplatků až po přípravu a podpis nájemní smlouvy. Vše s cílem dosáhnout maximální finanční úspory – což lze zajistit i revizí stávající smlouvy a zastupováním nájemce při následných jednáních s pronajímatelem.“

Také majitelé kancelářských budov na officeguide.cz najdou nabídku pro ně určených služeb, jež staví na dlouholetých zkušenostech kancelářského týmu Cushman & Wakefield se zastupováním pronajímatelů. Všem, kdo se zajímají o dění na kancelářském trhu, je pak určena sekce novinek, kde jsou umístovány pravidelné sektorové analýzy a odborné články. (tz)

Velkoobchod makro ČR podporuje návrat pravého českého česneku do tuzemské gastronomie

Pojem pravý český česnek dostává nový rozměr. Velkoobchod makro ČR pro své zákazníky z řad českých restaurací zařadil do sortimentu v rámci Iniciativy ČESKÉ POLE novinku – české odrůdy v České republice vypěstovaného česneku Bjetin a Slavin, jež se ve srovnání s dovozem z Číny vyznačuje čerstvostí a kvalitou, jedinečnou chutí, intenzivní vůní a většími stroužky. Jde o výsledek úzké spolupráce mezi makro ČR a českými farmáři, která se v rámci iniciativy osvědčila již u brambor Agria na hranolky a Mělnického křenu.



Přibližně 1,5 tuny českého česneku z letošní sklizně se postupně dostane k zákazníkům makro ČR z řad restaurací, bister a dalších gastronomických provozů. Jde o výsledek intenzivní roční spolupráce velkoobchodu s producentem z Polabí v rámci Iniciativy ČESKÉ POLE, jejímž cílem je rozvíjet tradiční produkty českého zemědělství a usilovat o jejich místo v české kultuře a gastronomii. Po bramborách a křenu se tak podpory dočká další plodina, kterou lidé na území dnešního Česka využívají už po staletí. „Ve spolupráci s rodinnou farmou BulKo z Polabí jsme vybrali české odrůdy Bjetin a Slavin. Naši zaměstnanci je loni v říjnu osobně pomáhali sázet a každý, kdo je u nás ve firmě do Iniciativy ČESKÉ POLE zapojen, se nemohl dočkat, až budeme palice česneku doopravdy držet v rukou. Teď vše záleží na tom, jak se osvědčí v kuchyních našich gastro zákazníků,“ uvedl vedoucí komunikace makro ČR Martin Čivrný.

Odrůdy Bjetin a Slavin se kromě své chuti vyznačují v porovnání s jinými odrůdami také

vysokou výnosností a odolností vůči nepříznivému počasí. Pěstitelé jsou tak méně závislí na doždění přesného termínu sklizně. V kuchyni se skvěle hodí do salátů či k dochucení masa, polévek a omáček. Rozeznat je od sebe lze zejména podle počtu stroužků v jedné cibulce. Zatímco Bjetin má běžně osm stroužků na cibulku, vyznačuje se smetanovou až mírně nařávanou barvou suknic a je jedinou odrůdou v EU, jež nevadí osobám s onemocněními žlučníku, Slavin vyniká atraktivním fialovým zabarvením a na jednu jeho cibulku připadá 10–14 stroužků.

Podle obecné klasifikace patří Bjetin i Slavin do skupiny paličáků. Obě odrůdy jsou nyní v obchodech dostupné pouze v síti makro ČR. „Obě odrůdy česneku jsme vysadili koncem listopadu, kdy teplota půdy trvale klesla pod 9 °C. Díky mírné zimě přezimoval česnek skvěle a již na začátku března měl dobře narostlou nať. Také v dubnu bylo našťastí počasí mírné a nepřišly žádné mrazy, které by česnek poškodily. Výnos

česneku ale bohužel ovlivnilo sucho během května a června, a proto není tak vysoký, jak bychom si přáli,“ popsal Jan Jindra, vedoucí nákupu čerstvých a ultračerstvých potravin makro ČR, a doplnil, že počasí našťastí nemělo díky odolnosti vybraných odrůd vliv na silnou chuť a výraznou vůni česneku.

V minulosti produkce česneku na českém území i přes občasně výpadky pokrývala spotřebu celé země. Ještě na přelomu tisíciletí se zde vypěstovalo přes 7000 tun této tradiční plodiny. Poté došlo k výraznému poklesu v důsledku především čínského dovozu, který byl až o polovinu levnější. Pěstování česneku v této době ukončilo velké množství drobných producentů a jejich ztrátu se i přes částečnou renezanční mezi lety 2010 a 2020 dosud nepodařilo nahradit. Iniciativa ČESKÉ POLE se bude podporou tuzemského česneku zabývat dlouhodobě a nezůstane jen u těchto dvou odrůd. Do budoucna se zaměří také na další české odrůdy.

Kvalitu, chuť, čerstvost a jednoduchost zpracování aktuální sklizně česneku sensoricky otestovali odborníci z makro akademie a oddělení kvality společnosti makro. Testování jednoznačně prokázalo, že česnek se dobře loupe a příjemně silně voní. Výrazná chuť je dostatečně ostrá a česnek má po tepelné úpravě velmi dobrou texturu – není blátivý. Mezi oběma odrůdami jsou jen nepatrné rozdíly. „Slavin je za syrova lehce výraznější, ale profilově jsou si chuti i vůni velmi podobné. Pravé české odrůdy z polabské produkce mají při přípravě pokrmů navíc výhodu v tom, že pro dosažení obdobné chuťové intenzity stačí použít až o polovinu méně stroužků ve srovnání s česnekem z dovozu. Oproti klasickému česneku navíc nemají po ku-

chyňském zpracování tendenci hořknout. V pokrmu lze využít především při přípravě oblíbené česnečky i do řady dalších jídel, jako je například hovězí na česneku nebo cmunda, které pravé české odrůdy svou chutí a vůní zvýrazňují a povyšují na úroveň, které nebylo možné za využití dosud dostupného česneku dosáhnout. Největší změny si všimneme u klasického tataráku, kde chuť a vůně česneku na topinkách vnímáme o to intenzivněji, protože neprochází tepelnou úpravou,“ popsal Marek Lojda, šéfkuchař makro akademie.

Světovým lídrem v produkci i exportu česneku je Čína, kde se této plodiny v roce 2018 vypěstovalo více než dva milióny tun a naprostá většina sklizně se následně vyvezla. „Pravé český česnek se společně s argentinským do země EU dováží nejvíce. Největším dovozcem česneku do České republiky je v současnosti Španělsko, které je zároveň největším evropským producentem.“ „Český česnek dlouhodobě trpí pod tlakem dovozu ze zahraničí. Ne každý pěstitel se mu chce věnovat, protože je to náročná plodina. Přesto si myslíme, že má smysl jeho produkci na českých a moravských polích podporovat, jelikož má nezastupitelné místo v české gastronomii. Věříme, že každý návštěvník dobré restaurace ocení, když mu k tataráku s topinkou dají čerstvý, voňavý a chutí silný český česnek. Ať už je to Čech, či turista,“ uzavřel Martin Čivrný. (tz)

* zdroj: Publikace Agrární komory České republiky, Česnek (*Allium sativum* L): odrůdy, agrotechnika posklizňové zpracování, str. 10, obr. 2

** zdroj: agriculture.ec.europa.eu/farming/crop-productions-and-plant-based-products/fruit-and-vegetables/garlic_cs

Iniciativa ČESKÉ POLE rok od svého založení nabírá na síle

Pouhý jeden rok od vzniku stačil Iniciativě ČESKÉ POLE na to, aby si připsala řadu úspěchů při navracení tradičních produktů českého zemědělství do tuzemské gastronomie. V rámci unikátního projektu se už podařilo rozšířit pěstování odrůdy brambor Agria na hranolky a navýšit plochu, na které se tyto brambory v Česku pěstují, oživit pěstování chutného a řízného českého křenu či nastartovat renezanční pravého českého česneku v podobě původních českých odrůd. Teď jde o Iniciativa, jejímž zakládajícím a hybným členem je mimo jiné i Ministerstvo zemědělství ČR, ještě dál. K podpoře tradičních domácích rostlinných i živočišných produktů přizvala Českou zemědělskou univerzitu v Praze. Ta se zapojí především jako odborný garant a poradce v oblasti výzkumu tradičních odrůd a plemen.

Enormní zájem zákazníků o české brambory odrůdy Agria, které jsou ideální pro přípravu hranolek, zahájení dlouhodobé spolupráce s pěstitelem kvalitního tuzemského křenu a zařazení jeho produkce do trvalé nabídky velkoobchodu makro ČR či první sklizeň pravého českého česneku původních českých odrůd Bjetin a Slavin, jehož vysazení v říjnu 2022 Iniciativa podpořila a jenž byl v prodejnách k dostání na přelomu srpna a září. To jsou jen některé z prvních úspěchů Iniciativy ČESKÉ POLE při navracení domácí zemědělské produkce do moderních i tradičních českých restaurací, bister, rychlých občerstvení, jídelen a dalších gastro podniků.

„Oceňuji, že se Iniciativa ČESKÉ POLE snaží najít tradiční tuzemské a pro české klimatické prostředí vhodné plodiny a chovy a podpořit je prostřednictvím odpovědných zemědělských postupů. A jsem rád, že jí přibyl nový člen, a to Česká zemědělská univerzita. Tím, co tomuto projektu nabízí, ho totiž perfektně doplňuje. Ať už jde třeba o výzkum tradičních odrůd a plemen, zadávání soutěžních projektů pro studen-

ty nebo aktivní zapojení do příprav kulatých stolů a akcí na podporu tradičních českých plodin a chovů. To vše je v duchu motto Iniciativy Vracíme českou úrodu do gastronomie,“ řekl ministr zemědělství Marek Výborný.

Efektivní spolupráci se všemi členy Iniciativy si pochvaluje také Martin Čivrný, vedoucí komunikace makro ČR – nejvýznamnějšího velkoobchodu do sektoru gastronomie, který loni vznik projektu podnítil. „Během jediného roku se nám podařilo za účasti Ministerstva zemědělství ČR a dalších partnerů položit základy budoucí systematické podpory tradičních českých zemědělských produktů, které si díky své kvalitě, chuti a udržitelné produkci zaslouží být mnohem dostupnější než dosud. Dosavadní výsledky projektu ukazují, že ve srovnání s minulým rokem přibývají každý měsíc stovky zákazníků z řad české gastronomie, především v segmentu tradičních a moderních restaurací, food trucků, bister a letních stánků, kteří o českou zemědělskou produkci velmi stojí. Proto chceme záběr Iniciativy rozšiřovat o další tradiční plodiny, produkty a jejich odrůdy i plemena tak, aby měly gastroprovozy vždy možnost sáhnout po špičkové kvalitě a chuti od českých farmářů,“ řekl Martin Čivrný.

Například u brambor je již jasně patrná změna trendu, kdy roste podíl prodaných českých brambor na hranolky na úkor zahraniční produkce převážně z Nizozemska. Zatímco v lednu se české brambory na hranolky podílely na celkových prodejích jen z 10 %, v současné době je to již více než polovina (56 %). Při výnosech okolo 30 tun brambor na hektar to znamená, že od ledna se v obchodech makro ČR prodala produkce ze tří hektarů českých polí namísto tří hektarů z dovozu.

Hned na začátku druhého roku existence Iniciativy ČESKÉ POLE navíc přichází krok, který umožní její působení dále významně rozšířit. Do projektu přistupuje Česká zemědělská univerzita v Praze, jež nově přispěje svou expertizou na poli výzkumu a vývoje. Spolupráce se v první fázi zaměří na prostudování potenciálu produk-



Zleva: Marek Výborný, ministr zemědělství, Petr Sklenička, rektor České zemědělské univerzity, a Martin Čivrný, vedoucí komunikace makro

ce českého jehněčího masa, zapomenuté domácí drůbeže nebo sladkovodních ryb. Z plodin se pak Iniciativa v rámci spolupráce s ČZU a pěstiteli zaměří hlavně na cibulovou zeleninu, která je pro českou gastronomii klíčová. „Mám radost, že se stáváme součástí smysluplné iniciativy podporující kvalitní české produkty. Jako akademici jsme pak rádi, že výsledky naší práce pozitivně ovlivní konečného spotřebitele,“ uvedl rektor České zemědělské univerzity Petr Sklenička.

Účast České zemědělské univerzity, jež se k Iniciativě ČESKÉ POLE oficiálně připojila v srpnu slavnostním podpisem memoranda na největším tuzemském agrosalónu Země životelka, ale není jediným posunem projektu vpřed. Makro ČR letos dále podpoří navýšení plochy, na které se pěstují tuzemské brambory odrůdy Agria tak, aby byly v roce 2024 v prodejnách dostupné celoročně. Letos se pro velký zájem zákazníků prodala celá sklizeň o bezmála 100 tunách během pouhých pěti měsíců. Znovu se na pultech objeví s novou sklizní na přelomu srpna a září.

Do budoucna se chce Iniciativa ČESKÉ POLE kromě rozšiřování podpory o nové produkty zaměřovat také na udržitelný rozvoj v oblastech, kde již působí. Cílem je mimo jiné dále omezovat

dovoz zemědělské produkce ze zahraničí v případech, kdy to není nezbytně nutné, a nahrazovat ho českými plodinami. Například v případě česneku tak Iniciativa přidá další české odrůdy, u křenu pak chce navázat na dlouhodobou spolupráci s farmou Český chřest pěstitele Jiřího Šafáře, která díky tomu získá jistotu odbytu a bude moci obrodu tuzemského křenu ještě urychlit nad rámec 6,4 tuny prodaného křenu v průběhu letošní sezóny.

Neméně důležité je také soustavné prezentování možností a kvalit české zemědělské produkce provozovatelům restaurací, bister, ale i hotelů tak, aby si pestrost a kvalitu tradičních českých pokrmů vychutnali kromě hostů z Česka i zahraniční turisté. Iniciativa ČESKÉ POLE se proto bude nadále účastnit veletrhů, konferencí a food festivalů, sama plánuje také řadu z nich pořádat či podpořit. V příštím roce naváže například na úspěšný první ročník festivalu MAKRO Czech Gastro Fest, který zahrnoval mimo jiné i jedinečný kongres nazvaný Česká brambora v gastronomii. Iniciativa ČESKÉ POLE se dále stala partnerem chřestových a křenových slavností či podpořila akci zahájení sezóny raných brambor. (tz)

Dlouhodobě stabilní ceny místo krátkodobých slevových akcí se makru osvědčily

Změna komerční strategie velkoobchodu makro ČR se u zákazníků setkala s úspěchem. Program Stabilně výhodná cena, který podnikatelům v segmentu gastronomie a maloobchodu zajišťuje dlouhodobě nízké ceny klíčového zboží pro jejich podnikání, se proto po půlroce od svého spuštění nyní rozšiřuje. Nově je v něm zařazeno již 11 000 položek, o třetinu víc než dosud. O tom, že už není potřeba spoléhat se na nepředvídatelné a krátkodobé slevové akce, teď navíc makro zákazníky informuje v čerstvě spuštěné celorepublikové marketingové kampani.

Už žádné čekání na slevy, okružní jízdy po slevách či zbytečné předzásobování. Program Stabilně výhodná cena velkoobchodu makro ČR více než půl roku umožňuje provozovatelům restaurací, jídelen či maloobchodů soustředit se více na jádro jejich podnikání a lépe plánovat. Namísto jednorázových slevových akcí, ve kterých lze po dobu pouhých několika dnů nakoupit jen omezený počet položek, se v rámci Stabilně výhodné ceny mohou spolehnout na dlouhodobě konkurenceschopné ceny klíčových artiklů. To vše navíc na jednom místě a kdykoli je to potřeba. „Každý, kdo někdy podnikal, ví, jak důležitá je v businessu předvídatelnost a stabilita. V dnešní turbulentní době chybějícího personálu a zvyšujících se nákladů to platí dvojnásob. Nikdo nechce mít přeplněný sklad základními artikly, protože zrovna byly v akci. Naše komerční strategie zákazníkům z gastronomie a maloobchodu zjednodušuje

práci i život. Oproti roku 2022 u nás klesl podíl artiklů v promocích o 50 %“, popsal Jiří Nehasil, nový generální ředitel společnosti makro ČR.

S ohledem na příznivou odezvu zákazníků, kteří díky Stabilně výhodné ceně šetří nejen peníze, ale také čas, se nyní navíc program výrazně rozšiřuje. Nově do něj makro ČR řadí na 11 000 produktů privátních i nejprodávanějších dodavatelových značek. To je o třetinu více než dosud. Přibyly například položky jako máslo, smetana, fritovací olej nebo brambory. Jen v letech 2023 a 2024 plánuje makro ČR do výhodných cen v rámci programu investovat celkem až půl miliardy korun. Velkoobchod tak potvrdil svůj závazek z letošního února, kdy Stabilně výhodnou cenu představil v rámci oslav 25 let od svého vstupu na český trh.

Povědomí o možnosti zásobit se efektivně, za dostupné ceny a na jednom místě, kdykoli je to potřeba, navíc nyní makro ČR u zákazníků zvyšuje prostřednictvím nové marketingové kampaně. S tou se lze od začátku září setkat v online prostoru, včetně sociálních sítí, na billboardech, vlakových nádražích, silničních mostech či zastávkách MHD. Speciální světelné instalace se symbolem žluté šipky a mottem Stabilně výhodná cena jsou umístěny také ve vybraných stanicích metra. Z běžných médií se pak kampaň objeví v tisku, rádiích a pro makro méně tradičně také v televizi. „Půjde o sponzorské vzkazy na TV Prima během oblíbených pořadů Prostřeno, Ano, šéfe!, Zoo, Polda, Inkognito či Máme rádi Česko. Celá kampaň je koncipovaná 360stupňově tak, aby ji po dobu následujícího měsíce a půl nebylo možné přehlédnout. Informovat v ní budeme nejen o samotné existenci programu, ale



chceme komunikovat také jeho největší výhody“, řekla vedoucí oddělení branding a marketingu makro ČR Lenka Slezáková. V samotných prodejnách jsou pak všechny položky zařazené do programu Stabilně výhodná cena označeny speciální žlutou „směrovkou“. Symbol zároveň navádí zákazníky na místo, kde zboží na prodejně jednoduše najdou. Výrazný prvek představují rovněž modré cenovky, kterými se výrobky v programu odlišují od ostatního zboží.

Pro správné fungování své nové komerční strategie makro ČR pravidelně sleduje a porovnává ceny na trhu. Následně je udržuje dlouhodobě a stabilně výhodně. Využívá k tomu dva

základní mechanismy – každodenní výhodnou cenu u velkých balení zaměřenou zejména na zákazníky z oblasti gastronomie a zvýhodněnou cenu při nákupu více kusů v balení v již známém programu pro maloobchodníky nazvaném Nakupte více, zaplaťte méně.

Kromě zákazníků si program Stabilně výhodná cena pochvalují také dodavatelé makro ČR. Umožňuje jim šetřit náklady díky efektivnějšímu plánování zásob a vyšší efektivitě provozu. Výsledkem je kromě konkurenceschopných cen také vyšší loajalita zákazníků ke značkám a zlepšení dostupnosti výrobků v prodejnách, což ve výsledku vede k nárůstu tržeb. (tz)

BILLA po úspěšném testování spouští svůj e-shop, nabídne plný sortiment s dopravou zdarma už tři hodiny od objednání

Obchodní řetězec BILLA úspěšně završuje testovací fázi svého e-shopu a zahajuje ostrý provoz. Zákazníci z Prahy, Mladé Boleslavi a Brna a jejich okolí si vyberou z více než 9000 výrobků, které k nim dorazí už tři hodiny zdarma po odeslání objednávky. Noví zákazníci získají navíc 10% slevu na první tři nákupy a malý dárek v podobě produktů vlastní výroby BILLA k tomu.

Spuštění ostrého provozu e-shopu plně zapadá do expanzních plánů řetězce BILLA. Usiluje o to, aby byla lidem dostupnější a každý zákazník našel svou BILLA takřikajíc za rohem, ať už jako kamennou prodejnu, nebo nově právě také v podobě online nakupování.

Úspěšná testovací fáze završena

Během testovací fáze, která ostrému provozu předcházela, odbavil e-shop přes svoji partnerskou společnost DODO 7042 zákazníků a doručil 28 643 nákupů. Dohromady zaměstnanci obou skladů rozřídili do objednávek 382 023 výrobků. Celkově přes 80 % zákazníků nakoupilo

na e-shopu BILLA více než třikrát. Cenově nejobjemnější nákup přišel na 14 993 korun. BILLA obdržela téměř 8000 zpětných vazeb a hodnocení z jednotlivých dokončených nákupů, přičemž od letošního ledna do srpna má výsledné hodnocení trvale stoupající tendenci. „Naší vizí je být zákazníkům dostupnější, být jim na blízku a doslova být k dispozici na každém rohu. Spuštění e-shopu vidíme jako důležitý milník na cestě k tomu, abychom tuto vizi naplnili“, říká Liam Casey, generální ředitel BILLA ČR. „V našich plánech dále nepolejujeme. Do konce roku spustíme novou mobilní aplikaci, která nakupování online usnadní. V průběhu příštího roku částečně zautomatizujeme naše sklady v Praze a Brně, aby byly schopny efektivněji a ve vyšší míře odbavit objednávky našich zákazníků. Do konce roku 2025 máme ambice nabídnout naše služby po celé České republice a stát se druhým nejsilnějším hráčem v prodeji potravin online v České republice“, dodává Liam Casey.

FFC centra v Praze a Brně

E-shop BILLA, který zákazníci najdou na webových stránkách www.shop.billa.cz, obsluhují

dva sklady – v Praze a Brně – o celkové velikosti 13 200 m². „Díky řízenému zásobování ze dvou skladů dokážeme zajistit lepší kvalitu doručeného zboží pro zákazníka. To nám ulehčuje hlavně dohled nad dodržováním teplotního řetězce, který je pro kvalitu rozhodující. Průběžně sledujeme stav zásobování v obou skladech, díky čemuž si snadněji ohlídáme dostupnost zboží zákazníkům. Oproti konkurenci veškeré odbavení objednávek soustředíme výhradně do těchto skladů, takže je doručení rychlejší. Už tři hodiny po objednání může mít zákazník svůj nákup doma. A plná obsluha ze skladů vede i k tomu, že na rozdíl od některých konkurenčních řetězců příprava objednávek nezasahuje do provozu na prodejnách, což je komfortnější pro zákazníka i pro nás“, upřesňuje Petr Toupal, vedoucí oddělení e-commerce řetězce BILLA.

Výrobky vlastní výroby v nabídce e-shopu BILLA

Řetězec BILLA zákazníkům e-shopu nabídne také zboží z vlastní výroby, konkrétně čerstvé obložené bagety a obložené mísy. V plánu je

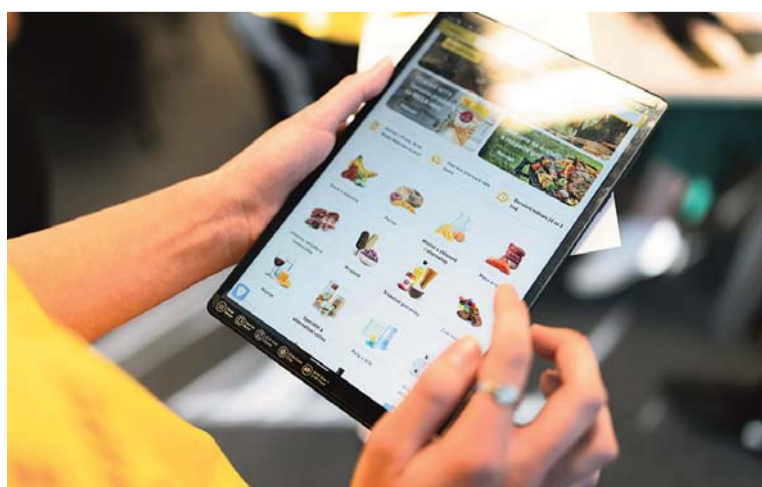
i nabídka masných i bezmasých párty setů a grilovacích setů. Výhody věrnostního klubu také na shop.billa.cz. Zákazníci na e-shopu nepřicházejí o možnosti sbírat své body na BILLA Bonus kartu, nebo je naopak uplatňovat ve všech věrnostních akcích. Nepřicházejí ani o oblíbené samolepky, které získávají při speciálních akcích a dále je směňují za produkty se slevou.

Mobilní aplikace ještě do konce roku 2023

Zákazníci mohou nakupovat na webových stránkách. Těsně před dokončením je také e-shopová aplikace. V obou systémech čeká na zákazníky řada vychytávek. Například si budou moci označovat své oblíbené výrobky, a tím urychlit příští objednávku. Zlepší se také vyhledávání výrobků, a navíc e-shop nabídne přes 200 exkluzivních položek, které v kamenných prodejnách k dostání nebudou. Pro návštěvníky, kteří se rozhodnou e-shop vyzkoušet, čeká na první tři nákupy sleva 10 % a malý dárek. Minimální hodnota objednávky je 500 korun.

Doručování partnerskou společností DODO

„Rozvoz potravin je specifickou disciplínou, ve které je potřeba skloubit rychlost a přesnost doručení s dodržováním těch nejvyšších standardů při samotné manipulaci se zbožím, protože potraviny jsou tím nejnáročnějším segmentem jak na hygienu, tak na dodržování teplotního řetězce. Velmi si vážím toho, že do nás v rámci této disciplíny vložil důvěru další velký hráč a silná značka, jakou je BILLA. Dobře víme, že kvalita rozvozu i samotných kurýrů je faktor, který významně ovlivňuje podobu celé služby a její přijetí mezi zákazníky. A jsme zároveň rádi, že můžeme být u dalšího zásadního milníku v rámci rozšiřování trendu e-groceries v České republice“, komentuje Michal Menšík, CEO DODO Group. (tz)



Grafton: Tlak na růst mezd do konce roku ještě zesílí

Letošní rok je rokem růstu mezd, a to napříč obory i pozicemi. Zaměstnavatelé se snaží alespoň částečně kompenzovat vysokou míru inflace, i když je logické, že na sebe nemohou vzít plné břímě tohoto negativního ekonomického jevu. Dá se očekávat, že tlak na růst mezd ke konci letošního roku ještě zesílí a zaměstnavatelé začnou čelit zvýšené fluktuaci. Vyplývá to z rozsáhlého průzkumu personální agentury Grafton Recruitment, který mapuje aktuální finanční ohodnocení stovek pracovních pozic v devíti oborech a 13 regionech.

I když rok 2023 probíhá ve znamení růstu mezd i benefitů, mezi zaměstnanci je cítit stoupající nespokojenost. Lidé chtějí nejen více peněz, ale i více volna. Dochází pak k paradoxům, kdy lidé mají sice více volna, ale chybí jim finance, aby jeli na dovolenou. „Větší třetina Čechů si dle našeho průzkumu myslí, že se v ČR špatně žije, 17 % jich tvrdí, že mají nyní problém zaplatit účty a ve třetině případů také zmiňují, že si kvůli financím nemohou dopřát dovolenou. I když se zaměstnavatelé snaží svým lidem podmínky vylepšovat, tempo růstu cen je rychlejší a Čechům se bohužel snižuje životní standard. Do konce roku se dá však očekávat další mzdový progres, a to zejména tam, kde je největší boj o lidi a kde by kvůli nedostatku pracovníků mohly firmy přijít o zakázky. Výjimkou bude snad jen IT, kde se již pomalu naráží na pomyslný mzdový strop,“ řekl Martin Malo, ředitel Grafton Recruitment a GiGroup, s tím že čím mladší zaměstnanec, tím složitější pro něj je říci si o zvýšení mzdy. Téměř pětina zástupců generace Z se k tomuto kroku nakonec ani neodhodlá. Naopak pětina respondentů ze zkušené generace boomers si o zvýšení mzdy řekne snadno a bez rozmyšlení.

Riskujeme ztrátu konkurenceschopnosti ČR

Průzkum ukázal i to, že trhu práce nepomohl ani současný mírný růst nezaměstnanosti a že firmy stále bojují s nedostatkem pracovníků. I když v některých oborech zaměstnavatelé dočasně pozastavili nové náborové vyhledávání s nimi až na poslední čtvrtletí tohoto roku a začátek roku příštího, hlad po uchazečích trvá, a to jak v případě dělnických, tak i kvalifikovaných pozic. „Vliv na to má i složitý a zdoluhavý přeshraniční nábor ze zemí mimo EU a naprosto nevyhovující pravidla ekonomické migrace. Ani přes hlasitě artikulované potřeby vláda tuto problematiku neposouvá dostatečně rychle vpřed, čímž zvyšuje riziko ztráty konkurenceschopnosti českých firem,“ vysvětlil Martin Malo s tím, že trhu by výrazně pomohlo zrušení systému imigračních kvót, případně jejich zvýšení pro vybrané země a rozšíření pro další náborové země jako například Indonésie.

Snížení životního standardu podníká vyšší fluktuaci

Vývoj do budoucna bude i nadále ovlivňovat pokračující ekonomická krize, zanedbatelný ekonomický růst a některé součásti úspěšného balíčku, z pohledu nákladů na zaměstnance zejména omezení daňového zvýhodnění zaměstnaneckých benefitů. Právě díky tomu totiž podstatná většina zaměstnavatelů bude muset přistoupit ke snížení míry poskytovaných benefitů, což však bude provázet celá řada komplikací – od vyššího tlaku na zvýšení mezd přes nespokojenost zaměstnanců až po vyšší fluktuaci. Z perspektivy zaměstnanců to bude znamenat snížení životního standardu, což může mít vliv i na jejich pracovní angažovanost, výkon a v neposlední řadě zdraví.

Informační technologie: trendem je centralizace kompetencí a slučování rolí
V oboru IT a telekomunikací došlo letos k mírnému úbytku nabízených pozic, a to zejména kvůli přehodnocování náplně jednotlivých rolí, centralizaci kompetencí a slučování pracovních



pozic. Nejčastěji je tento trend patrný v oblasti projektového řízení IT. V první polovině roku pak firmy při náboru nových zaměstnanců často ovlivňovala nejistota související s rozpočty pro nové účetní období. Přesto v IT stále panuje velký hlad po pracovnících. Největší nedostatek uchazečů je patrný v případě seniorních vývojářských pozic, zejména v programovacích jazycích Java, Kotlin, .NET, Angular a Objective-C.

Mzdy v IT rostly v průměru o 8–10 %, ze strany kandidátů však neslil pouze tlak na zvyšování mezd, ale i benefitů monetárního charakteru. Firmy naopak začaly vyžadovat častější docházku zaměstnanců na pracoviště a zvýšily také preferenci náboru do stavu oproti B2B smlouvám s OSVČ.

Inženýring a výroba: hlad po pracovnících trvá

Začátkem roku 2023 byl ve výrobě patrný mírný pokles zakázek, což vedlo k pozastavení náboru určitých pozic. Trh je pro mnoho firem nepředvídatelný a vzhledem ke zvýšeným nákladům z důvodu energetické krize a inflace se uchylují k úsporným opatřením. S nábořem nových lidí tak často vyčkávají nebo jej plánují až ve druhé polovině roku. I přes tohle mírné ochlazení poptávka po uchazečích z řad talentovaných absolventů i kvalifikovaných a zkušených pracovníků stále roste. Může za to mimo jiné i nemožný nábor z Ukrajiny, který dosud nebyl plně nahrazen jinými zdroji. Firmy nejčastěji hledají technicky zaměřené uchazeče do výroby, pracovníky z oblasti elektra, CNC obráběče a svářeče. Chybí jim i konstruktéři, projektanti a pracovníci kvality. Mzdy v uplynulém roce navyšovala většina firem a počítá se i s dalším navyšováním, a to zejména na výrobních pozicích. Z důvodu nedostatku uchazečů i kvůli snaze udržet si stávající pracovníky se firmy rovněž snaží zvyšovat kvalifikaci svých lidí.

Stavebnictví a reality: nárůst zakázek i mzdových očekávání

Po relativním útlumu způsobeném válkou na Ukrajině, obavami z energetické krize a rostoucí mírou inflace začaly stavební firmy letos konečně pocítovat nárůst zakázek, s čímž souvisí zvýšený zájem zaměstnavatelů o nové pracovníky. Firmám chybí zejména řemeslnické a dělnické pozice, nejvíce pak zedníci a truhláři. Díky značnému boomu fotovoltaiky a udržitelnosti je na trhu patrná i zvýšená poptávka po projektových manažerech FVE a znalcích dotčené legislativy. Velký nedostatek kvalifikovaných uchazečů firmy vnímají i v oblasti projektování, kon-

krétně se jim nedaří obsazovat pozice projektantů železničních mostů, geotechnických konstrukcí a vodo hospodářských staveb. Oproti loňskému roku se navíc ještě prohloubil nedostatek kandidátů z ciziny. Mzdy se letos ve stavebnictví zvyšují napříč všemi pozicemi. Mzdová očekávání vzrostla zejména u kandidátů z řad přípravních a projektových manažerů. V souvislosti s růstem mezd se zvyšují i nároky na zaměstnance, a to primárně v odvětví fotovoltaických elektráren a udržitelnosti.

Obchod a marketing: i dražší kandidáti

Vlivem geopolitické situace a inflace dochází ve výrobních a obchodních firmách ke kolísání objemu zakázek, což vede k poklesu nabídky marketingových i obchodních pozic. V oblasti obchodu je zájem především o vyšší ředitelské a seniorní pozice, na juniorní role se uchazeči příliš nehlásí. V marketingu se v důsledku snižování nákladů zvyšuje počet volných kandidátů na manažerské úrovni. I přesto dochází k mírnému nárůstu mezd, zejména u obchodních pozic. Firmy zvou na pohovory i zkušenější a dražší kandidáty.

Nákup a logistika: cestou automatizace

Poslední roky ovlivněné pandemií a válkou na Ukrajině a s nimi souvisejícími silnými výkyvy v počtu zakázek přiměly firmy intenzivněji se orientovat na automatizaci procesů a šetření nákladů. I přes vyšší míru automatizace však v logistice vládne velká poptávka po pracovnících. Stejně jako v předchozích letech chybí zejména skladníci, skladoví operátoři a řidiči VZV. Situace se nezlepšila ani u pozic materiálových plánovačů a disponentů. Některé pozice sice pomohly naplnit uprchlé ženy z Ukrajiny, firmy pak ale čelily vyšší fluktuaci. V oblasti nákupu zůstává poptávka po zaměstnancích relativně nízká. Většina firem udržela trend každoročního navyšování mezd a dokázala svým lidem alespoň částečně kompenzovat rapidní nárůst inflace. V některých případech bylo zaznamenáno zavedení náborových příspěvků.

Lidské zdroje, administrativa a právo: možnost práce z domova důležitější než mzda

Meziročně se poptávka po kandidátech v tomto oboru příliš nezměnila, přehlas nabídky pozic nad počtem uchazečů je však stále výrazný. V souvislosti s inflací a růstem cen energií firmy méně obsazovaly nižší administrativní pozice, čímž se snažily optimalizovat náklady a týmy.

Na administrativní a kancelářské pozice se často hlásí nezaměstnaní nebo lidé s rekvalifikací, kteří se do tohoto oboru snaží dostat z jiných segmentů pracovního trhu. Tito uchazeči jsou aktivnější a na nabídky reagují častěji. Nejvíce firmy poptávaly pozice z oblasti lidských zdrojů, jednoznačně nejvyhledávanější pozicí je náborář. V oblasti práva jsou aktuálně nejvíce poptávané pozice koncipientů, kterých je nedostatek. Mzdy zaměstnavatelé v uplynulém roce obvykle navyšovali, proto uchazeči nyní často více zohledňují nefinanční benefity, jako je například míra práce z domova, než samotnou mzdu. Mnoho uchazečů je dokonce kvůli nízké míře home office ochotno odmítnout i dobře finančně ohodnocenou pracovní nabídku.

Bankovníctví a finanční služby: více pracovních pozic a vyšší nároky uchazečů

I přesto, že v oblasti bankovníctví a finančních služeb nedošlo k žádnému výkyvu v objemech práce a zakázek, počet volných pracovních pozic v oboru rostl. Dlouhodobý nedostatek kvalifikovaných pracovních sil je nyní navíc umocněn menším zájmem uchazečů z ciziny i celkově větší opatrností a menší ochotou zaměstnanců měnit práci. Nejvíce nových pracovních příležitostí přichází z účetnictví a controllingu. Zvláště vysoká poptávka je po kandidátech, kteří hovoří německy nebo francouzsky. Ruku v ruce s prohlubováním nedostatku uchazečů rostou jejich nároky. Mzdy v odvětví však stouply jen mírně. Možnosti práce z domova se po pandemií spíše omezují a nabídka benefitů se nemění. Zaměstnavatelé jsou flexibilnější a ustupují s požadavky na kvalitu kandidátů. Roste ochota zaškolit čerstvé absolventy a méně zkušené kandidáty.

Farmacie a zdravotnictví: poptávka po lékařích roste

Ve zdravotnictví sílí poptávka po lékařích, chybí zejména všeobecní lékaři, neurologové a chirurgové. Bohužel, čeští lékaři v současné době nemají o změny zájem, preferují stabilitu a nechcejí měnit zaměstnání, a to ani kvůli nadstandardním finančním podmínkám, které v některých případech přesáhnou i 120 000 Kč měsíčně. Jsou však otevřeni možnosti rozšířit svůj hlavní pracovní poměr o DPČ nebo DPP na služby, které by odsloužili jako externí pracovníci. Naopak zahraniční lékaři, kterých je v České republice dostatek, jsou novým pracovním příležitostí otevření. Potíž je však často jazyková bariéra nebo neochota zaměstnavatele angažovat cizince. O práci ve farmaceutickém odvětví panuje naopak stále značný zájem. Uchazečů je dostatek a pravidelně reagují na nabízené pozice. Stále aktuálními tématy jsou pro ně možnost home office, firemní automobil a bonusy. Nejčastěji se v oboru objevují pozice medicínských reprezentantů, jejichž mzda osciluje mezi 37 000 a 70 000 korunami.

Podnikové služby: růst oboru pokračuje, centra bojují o lidi mzdou a benefity

Podnikové, IT a zákaznické služby jsou oborem, který setrvale roste dvojciferným tempem. Dle oborové asociace ABSL tento sektor letos vzrostl o 15 000 pracovníků a celkový počet zaměstnanců dosáhl na 160 000. Kromě nich v oboru pracují i softwaroví roboti, kteří zastanou práci za dalších 15 000 pracovníků. Právě technologie pomáhají zůstat oboru nákladově efektivní a zajistit setrvání investic v České republice i navzdory tomu, že cena práce i dalších nákladů zde stále stoupá. Setrvalý růst oboru však na trhu vyvolává konkurenci mezi jednotlivými centry, s čímž souvisí potřeba správně a ambiciózně nastavit mzdové podmínky a benefity, a zajistit si tím loajalitu svých lidí i atraktivitu vzhledem k potenciálním uchazečům o práci. Mzdy v oboru rostly napříč pozicemi a v oblasti benefitů centra kromě tradičně nejpopulárnějších bonusů a prémie svým lidem nabízí i benefity spojené s well-beingem zaměstnanců, programy pro podporu mentálního zdraví, dny volna navíc či možnost pracovat kdykoliv a odkudkoliv, například i ze zahraničí. (tz)



Strana vychází pod partnerskou záštitou České společnosti pro jakost

Zařadte si do kalendáře na listopad: Dny kvality 2023



Budte účastníky tradičního podzimního setkání, plného inspirace a nových perspektiv v oblasti kvality a zlepšování!

Dny kvality jsou po roce zpět, připravovaný ročník konference se uskuteční ve dnech 6. a 7. listopadu 2023. Setkání proběhne v kongresovém centru hotelu Clarion v Praze 9. Program je průběžně doplňován o nová témata i přednášející.

Těšit se můžete na odborníky z různých odvětví, kteří budou diskutovat o nejmodernějších přístupech v oblasti kvality a zlepšování. Program konference je koncipován tak, aby oslovil zájemce z výrobních i nevýrobních podniků a organizací. Své zkušenosti budou sdílet špičkoví manažeři a významné osobnosti, které dodají konferenci unikátní rozměr.

První den konference je program složen ze série přednášek a uzavře ho slavnostní galavečer, kde budou oceněni ti nejlepší v oblasti kvality. Můžete se těšit na Petra Máru, českého influencera, podcastera, youtubera a technologického evangelistu. Ve své činnosti se zaměřuje hlavně na technologické novinky, biohacking a zdraví a produkty firmy Apple. Kromě toho radí firmám a podnikatelům s využíváním technologií, efektivitou a produktivitou.

Na téma umělé inteligence v řízení kvality vystoupí spolupracovnice ČSJ Lucie Nová. V rámci přednášky se seznámíte mimo jiné se základními koncepty umělé inteligence a jejím významem pro řízení kvality. Prozkoumáte reálné příklady toho, jak AI zvyšuje efektivitu, přesnost a předvídatelnost procesů zajišťování kvality.

Aktuální trendy v automotive průmyslu představí zástupce Sdružení automobilového průmyslu Tomáš Jungwirth. O tom, jak si stojí malé a střední podniky z pohledu ESG a udržitelnosti, promluví ředitelka Asociace malých a středních podniků a živnostníků Eva Svobodová. O trendech v oblasti alternativních potravin bude hovořit Rudolf Ševčík z Vysoké školy chemicko-technologické v Praze.

Jak už bylo zmíněno, první den konference zakončí slavnostní galavečer České společnosti pro jakost, kde budou předána ocenění vyhlášená ČSJ. Dozvíme se jména vítězů – držitelů



personálních i firemních ocenění Cena Anežky Žaludové, Manažer kvality roku, Ambasador kvality ČR, Manažer kvality roku 2023, udělovat se bude Cena za návrat do života a také vejde ve známost jméno vítěze studentské Ceny Františka Eggermayera.

Druhý den nabídne setkání v paralelních sekcích, které se zaměří na specifická témata a umožní hlubší interakci s odborníky. Na programu jsou tři sekce: Kvalita v automobilovém průmyslu, Nejlepší praxe v kvalitě a udržitelnosti a Pro auditory v systémech managementu.

Kvalita v automobilovém průmyslu

Nacházíme se ve fázi transformace automobilového průmyslu. Ta klade na automobilky i jejich

dodavatele nové požadavky. V rámci sekce budou probírána klíčová témata, jako jsou např. přístupy k řízení tvorby a schvalování softwarů používaných v automobilech, nové a aktualizované požadavky a postupy automobilek v rámci systémů řízení kvality a témata spojená s uplatňováním právních požadavků v oblasti automotive. V sekci vystoupí zástupci společnosti Škoda Auto, TÜV SÜD, Trask Solutions, Porsche Engineering Services.

Nejlepší praxe v kvalitě a udržitelnosti

V rámci sekce budou prostřednictvím konkrétních příkladů, dobrých praxí, ale i výzev představeny aktuální trendy v kvalitě a udržitelnosti. V sekci budou s účastníky sdílet své praxe řeč-

níci ze společností Saint-Gobain Adfors CZ, Ortopedická protetika Frýdek-Místek, Sattarn Holešov a z České spořitelny.

Pro auditory v systémech managementu

Sekce věnovaná auditorům kvality v systémech managementu se bude věnovat požadavkům na implementaci a rozvoj integrovaných systémů managementu, které kombinují různé oblasti, jako jsou kvalita, bezpečnost a životní prostředí. Představeny budou výsledky průzkumu k záležitosti aktualizace normy ISO 9001, dále vystoupí Josef Novák ze společnosti CI3 s tématem uhlíková stopa nebo Jiří Kapras ředitel Odboru střetu zájmů a boje proti korupci z Ministerstva spravedlnosti ČR na téma Vnitřní oznamovací systém podle zákona o ochraně oznamovatelů.

Konferenci zakončí plenární přednáška Miloše Čermáka, novináře, podcastera a komika, se zajímavým až provokativním názvem Proč AI zlepší náš život a možná zachrání svět? Pohled optimisty. Jak autor píše v anotaci příspěvku: „Ano, žijeme díky pokroku v AI v převratné době. Ale jak tvrdil William Gibson, budoucnost je sice už tady, ale různí lidé ji mají k dispozici v různém množství. Komu AI změní život, jak moc a jak rychle?“

Srdečně vás zveme na Dny kvality 2023. Věříme, že v programu najdete témata, která vás zaujmou, ale také si vychutnáte sdílení zkušeností a navázání či pokračování cenných kontaktů s kolegy, přáteli. Program konference najdete na webu www.dnykvality.cz. Organizátorem této prestižní události je Česká společnost pro jakost. (čsj)



Co nabízí odborníkům Vydavatelství České společnosti pro jakost

Šíře služeb poskytovaných Českou společností pro jakost pokrývá mimo klíčové oblasti vzdělávání, personálních certifikací a certifikací systémů managementu a výrobků i oblast vydavatelství. V rámci činnosti vydavatelství připravuje ČSJ komentovaná vydání českých technických norem, je výhradním překladatelem, vydavatelem a distributorem odborných příruček a publikací VDA, AIAG, EFQM pro Českou a Slovenskou republiku.



Díky úzké spolupráci s německým Sdružením automobilového průmyslu VDA (Verband der Automobilindustrie) připravují odborníci například specifickými oblastmi automobilového průmyslu české překlady svazků VDA. Řada norem ISO 9000 tvoří základ pro vývoj systémů managementu kvality, který však není dostatečný pro požadavky automobilového průmyslu, bez konkrétních dodatečných doplňkových požadavků. Aby mohli výrobci automobilů jednotně porovnat systémy managementu kvality, procesy, produkty a služby svých dodavatelů a jejich subdodavatelů, vytvořilo VDA řadu různých specifických dokumentů, které rozšiřují požadavky základních norem kvality ISO 9001 a IATF o další požadavky specifické pro tento obor.

Ze svazků VDA mohou získat přínos nejen organizace z automobilového průmyslu. Pro budování a rozšiřování svých QM systémů z nich mohou čerpat mnoho podnětů i organizace mimo automobilový průmysl.

Publikace VDA v tištěné podobě je možné objednat prostřednictvím e-shopu vydavatelství České společnosti pro jakost, který najdete na webových stránkách společnosti csj.cz/publikace. Současně je možné objednat tyto publikace i v elektronické podobě prostřednictvím spolupráce s Českou agenturou pro standardizaci o.p.s. prostřednictvím e-shopu eshop.agentura-cas.cz/publikace.aspx.

Vybraná nabídka publikací VDA

VDA 6.5 – Audit produktu

Od druhého vydání v roce 2008 se podmínky pro výrobce a dodavatele v automobilovém průmyslu razantně změnily. Základním východiskem pro management kvality v automobilovém průmyslu jsou specifické požadavky pro

automobilový průmysl s mezinárodní platností, jako např. IATF 16949.

VDA 6.3 – Audit procesu

Audit procesu VDA 6.3 se již téměř tři desetiletí osvědčil jako důležitá metoda pro identifikaci silných a slabých stránek. Přitom je analyzována a hodnocena vhodnost procesů ve fázi vzniku a realizace produktu.

VDA 5 – Procesy měření a zkoušení

Novinkou VDA 5 je rozdělení témat do hlavních částí a praktické části. Hlavní část nabízí uživatelům odborné informace a metodiku, jak postupovat. Praktická část ukazuje praktickou realizaci témat z hlavních částí na případech a příkladech použití.

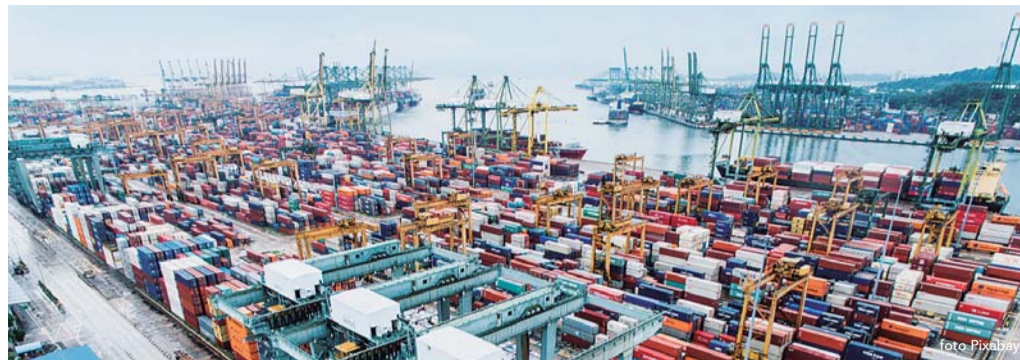
VDA 2 – Zajišťování kvality před sériovou výrobou

V rámci globalizace a digitalizace světa práce se stává standardizovaný postup uvolnění výrobního procesu a produktu PPF jednou z ústředních oblastí úloh managementu kvality. (dk)

CzechTrade má strategii pro příští tři roky

Agentura CzechTrade připravila novou vlastní strategii na období 2023–2026. Její cíle jsou v souladu se záměry Exportní strategie ČR 2023–2033, kterou v červenci schválila vláda ČR. CzechTrade si mimo jiné klade za cíl nadále zkvalitňovat a rozšiřovat své služby. Zaměřit se také na udržení a rozšíření zahraniční sítě tak, aby byla exportérům k dispozici v teritoriích, kde potřebují profesionální podporu, a především ve vzdálenějších a vyspikovanějších zemích. CzechTrade kromě toho výrazně modernizuje svůj sektorový přístup. Na základě jedinečných technologických dovedností českých firem a identifikovaných relevantních příležitostí v zahraničí nově definuje perspektivní sektory.

„S kolegy na Ministerstvu průmyslu a obchodu jsme v letošním roce připravili novou Exportní strategii, ve které hraje významnou roli také agentura CzechTrade. Její neustále se rozšiřující síť zahraničních kanceláří poskytuje českým firmám v zahraničí širokou paletu služeb, které jim pomáhají v realizaci jejich exportních cílů. Konkrétní nástroje a programy definované v plánu CzechTrade na příští tříleté období vhodně doplňují naši Exportní strategii a v kombinaci s vysokou odborností celého týmu pomohou malým a středním firmám realizovat jejich globální ambice,“ uvedl Jozef Síkela, ministr průmyslu a obchodu.



Hlavním cílem strategie CzechTrade je poskytnout českým firmám dosažitelnou a profesionální podporu v oblasti internacionalizace a exportu. Dále kontinuálně zvyšovat kvalitu služeb, produktů a zahraniční sítě agentury, která je nyní rozšířena na pěti světových kontinentech. „Díky více než 25leté zákaznické zkušenosti známe poptávku českých firem, a proto budeme nadále navrhovat rozšiřování kapacit a služeb v zahraničí, například zahraniční regionální centra bychom rádi posílili o nové sektorové speciality v horizontu čtyř let. Budeme prohlubovat sektorové specializace tam, kde najdeme strategické příležitosti. Naše služby plánujeme rozšiřovat nadále také v regionech naší republiky, kde máme exportní konzultanty, které firmám ve vybraných krajích zjednoduší a urychlí přístup k našim službám,“ řekl Radomil Doležal, generální ředitel CzechTrade. Agentura se bude také nadále soustředit na ino-

vaci digitálních služeb, jako je rozšíření Adresáře exportérů či Adresáře designérů CzechTrade, které českým firmám velmi zjednodušeně umožňuje hledat své potenciální partnery, díky čemuž již vznikly úspěšné spolupráce. Dalším významným bodem nové strategie je komplexní podpora průmyslového designu prostřednictvím Design Centra CzechTrade. Agentura se chce také začít výrazněji orientovat na nové služby pro podporu v oblasti e-commerce. „V neposlední řadě je cílem agentury CzechTrade podpořit diverzifikaci českých firem v souladu s novou Exportní strategií ČR. Úspěšnou diverzifikaci firem, především ze segmentu malých a středních podniků, plánujeme také posílit službou Digitální marketing a e-commerce v zahraničí, nástrojem pro digitální podporu v oblasti brandingů a v oblasti posílení prodeje koncovým zákazníkům,“ sdělil Radomil Doležal.

Součástí strategie CzechTrade je také nová Klientská rada. „Účelem této platformy je navázání strategického dialogu s klienty agentury a zástupci podnikatelů, získávání informací o trendech, potřebách, námětech a prioritách českých firem,“ vysvětlil Radomil Doležal. Setkání rady budou zaměřena například na strategické směřování agentury, zákaznickou zkušenost, požadavky klientů, rozvoj, inovaci a kvalitu služeb a přístup ke klientům. Rada bude složená ze zástupců klientů, vrcholového managementu a zástupců Ministerstva průmyslu a obchodu.

Agentura CzechTrade má v portfoliu více než 3200 úspěšných exportních případů. Pro české exportéry zrealizovala celkem 35 545 zakázek a zajistila konkrétní obchodní příležitosti formou 42 570 poptávek firem z celého světa. V roce 2022 šlo celkem o 1526 zakázek zahraničních kanceláří pro 1086 klientů. Mezi klientsky nejatraktivnější služby, které ročně využije až 800 firem a které realizují přímo specialisté ze zahraničí, patří ověření zájmu o výrobek a společné prezentace na veletrzích po celém světě. Agentura také každý rok pořádá několik proexportních akcí. „Jde například o Meeting Point CzechTrade, což je největší B2B proexportní událost v Česku, kde české firmy konzultují své plány přímo s řediteli zahraničních kanceláří,“ dodal Radomil Doležal. Letos také proběhne druhý ročník proexportní konference Future Of Export Summit 2023, který bude obsahovat aktuální exportní témata a již se zúčastní přední osobnosti českého businessu. (tz)

Geopost spouští napříč Evropou službu Day Definite – zákazníci tak v rámci mezinárodního doručování znají přesný den, kdy zásilka dorazí

Největší evropská přepravní síť Geopost, jejíž součástí je i česká DPD, přináší službu pro mezinárodní doručování Day Definite, která rozšiřuje stávající službu DPD Classic a je nyní dostupná ve 30 cílových zemích. Poskytuje významné zpřesnění doby mezinárodního doručení i českým zákazníkům.

Doba doručení není při využití Day Definite stanovena pouze zemí odeslání a doručení, ale je zpřesněna na konkrétní den až na úrovni poštovních směrůvacích čísel. Cílem je nejen podpořit evropské e-shopy a firmy, ale také nabídnout lepší službu koncovým zákazníkům.

Day Definite nabízí:

- Online kalkulačku dodací lhůty pro zásilky mezi libovolnými dvěma PSC ve většině zemí Evropy.
- Detailní interaktivní mapu s přehledem dodacích lhůt ode dveří ke dveřím.
- Další digitální nástroje a zákaznické aplikace, které pomáhají firmám předvídat a lépe optimalizovat doručování na místě a podporují rozhodování spotřebitelů o nákupu

První testovací fáze (do deseti zemí) byla spuštěna již v únoru 2023, po úspěšném startu se nyní služba rozšiřuje v rámci celé sítě Geopost. Day Definite je inovací původní služby mezinárodního doručování, kterou zákazníci

v Česku znají pod názvem DPD Classic. „Mezinárodní doručování v rámci celé Evropy je dlouhodobě naší silnou stránkou, jsme součástí největší evropské doručovací sítě Geopost, dříve DPDgroup. Narodil od některých přepravců si zákazníci DPD mohou být jisti, že v naprosté většině případů bude balík po celou dobu až na cílovou adresu doručován pod jednou značkou. To znamená, že kvalita služby se po cestě nemění a v případě komplikací je za něj zodpovědná jedna firma. Díky Day Definite se dostáváme navíc o další významný krok kupředu díky zpřesnění doby doručení do a ze zahraničí až na poštovní směrůvací čísla,“ vysvětlil Miloš Malaník, generální ředitel DPD.

Odesílat v rámci Day Definite lze ze 24 zemí: Belgie, Bulharsko Česká republika, Estonsko, Francie, Chorvatsko, Irsko, Itálie, Litva, Lotyšsko, Lucembursko, Maďarsko, Německo, Polsko, Portugalsko, Rakousko, Rumunsko, Řecko, Slovensko, Slovinsko, Španělsko, Švýcarsko, Nizozemsko, Velká Británie.

A posílat do 30 zemí: Belgie, Bulharsko, Česká republika, Estonsko, Francie, Chorvatsko, Irsko, Itálie, Litva, Lotyšsko, Lucembursko, Maďarsko, Německo, Polsko, Portugalsko, Rakousko, Rumunsko, Řecko, Slovensko, Slovinsko, Španělsko, Švýcarsko, Nizozemsko, Velká Británie, Bosna, Srbsko, Norsko, Dánsko, Švédsko a Finsko. (tz)

Češi vnímají nezastupitelnost vesmírných technologií přesto, že o nich vědí velmi málo

Srpnový výzkum agentury STEM/MARK zjišťoval postoj české veřejnosti ke kosmickému průmyslu a vesmírným technologiím. Celým výzkumem se prolíná relativně nízká míra informovanosti populace o vesmíru. Ačkoli vesmírné technologie jsou pro nadpoloviční většinu dotázaných atraktivní téma, nedostatek informací se ukazuje jako hlavní překážka pro pochopení problematiky.

Nadpoloviční většina dotázaných (56 %) si uvědomuje, že se bez vesmírných technologií neobejde. Podpora přitom roste se vzděláním a zájmem o problematiku, ale klesá s přibývajícím věkem. Ukazuje se také, že „závislost“ na kosmických technologiích prakticky nesouvisí se zájmem o ně. I lidé, kteří dění v kosmickém průmyslu aktivně nesledují, si jsou vědomi toho, že vesmírné technologie jsou všude kolem nás a náš každodenní život je na nich doslova závislý. Druzcemi jsou dnes například řízeny informace o aktuálním čase v mobilním telefo-

nu, předpověď počasí, a dokonce i ovoce a zelenina je dnes pěstována s nápovědou družic, které zemědělci využívají k přesnému určení vhodného času sklizně. Díky komunikačním družicím můžeme také využívat internet skoro kdekoli na planetě, telefonovat i z těch nejméně dostupných míst nebo sledovat v přímých přenosech sportovní události. Kromě řady těchto výhod zlepšuje využití vesmíru výrazně naši schopnost předvídat hrozby a rychleji, efektivněji a přesněji reagovat na případné krize s cílem jim předejít.

„Ačkoli se vesmírné technologie ukazují jako důležité téma, povědomí o tom, co se v kosmickém průmyslu děje, lidem chybí. Nejsou tak mnohdy schopni odpovědět na otázky týkající se například ničení kosmického odpadu, nebo jaká pravidla je potřeba nastavit pro privatizaci vesmíru,“ řekl Jan Burianec z výzkumné agentury STEM/MARK. Nedostatek informací se odráží také při pohledu na investiční příležitosti v kosmickém průmyslu. Neznalost problematiky vnímá jako hlavní investiční překážku téměř 62 % respondentů. Z průzkumu také vyplynulo,



že mužům připadá investice do vesmíru atraktivnější třikrát častěji než ženám. O samotných možnostech podnikání či investování v kosmickém průmyslu pak mají větší představu pouze lidé, kteří se o kosmické technologie aktivně zajímají, kterých ale není ani 10 % z celkového počtu respondentů. Ukázalo se také, že lidé, kteří mají o investice aktivní zájem, je hodnotí jako viditelně méně rizikové.

Optimistický pohled zaujímají lidé při otázkách týkajících se osídlování vesmíru. Možnost kolonizace Marsu nevyklučují dvě třetiny respondentů. Nadpoloviční většina (65 %) z nich věří, že kolonizace se uskuteční do 50 let a bude probíhat prostřednictvím stavby základů. I přesto, že osídlování Marsu jsou lidé nakloněni, kosmickou turistiku nepovažují za příliš pravděpodobnou. V populaci mají takové cesty do vesmíru přibližně vyrovnaný počet podporovatelů i odpůrců. Zatímco mladí více touží po kosmické turistice či procházce po Měsíci, lidé ve středním věku po možnosti vidět Zemi z jiného úhlu pohledu.

Jako stejně kontroverzní téma se jeví komerční využití vesmíru a jeho industrializace. I proto převládá názor, že v otázkách nakládání s vesmírem by měla panovat shoda napříč celým světem. Monetizaci vesmíru častěji podporují lidé s aktivním zájmem nebo potenciální investoři. Nadpoloviční shoda naopak panuje v otázce těžby surovin ve vesmíru. Měla by být ale dostupná, legální a finančně efektivní. S tím souvisí i nastavení určitých globálních pravidel. (tz)

Co znamená vyrábět kvalitní a krásné dveře

Mnoho z nás kupuje interiérové dveře tak, aby byly krásné. Ale trochu zapomínáme, jak estetika dveří bude vypadat po zatěžkávací zkoušce času a běžného či nadměrného opotřebení. Dveře jsou také investicí do bydlení, která se může vyplatit prostřednictvím dlouhé životnosti a vlastností, jako je například zdravé bydlení, tedy akustické vlastnosti, chemické látky obsažené ve výrobcích, a například i odolnost vůči vlhkosti.

Jednoduše řečeno, všechny jsou krásné. Ale je třeba hledat krásu skrytou, která opravdu dělá dveře dveřmi! Podle čeho tedy vybírat? Jednoduchá rada – podle toho, co není vidět. Ve zpracování dveří se totiž skrývají poměrně výrazné rozdíly, které mají zásadní vliv na to, jak dlouho jejich krása vydrží při dennodenním používání.

Pod povrchem

„Obvodový vnitřní rám z masivního dřeva, které kompenzuje málo kvalitní výplň z tvrzeného papíru – voštiny. Tak mnozí výrobci řeší výrobu levných dveří. Zákazník má získat pocit, že poctivé masivní dřevo dodá dveřím potřebnou stabilitu. Bohužel, opak je pravdou,“ upozornil Tomáš Pilský, ředitel pro nové technologie společnosti VEKRA, největšího českého dodavatele oken, dveří a stínění na klíč, a pokračoval: „Masivní dřevo stále pracuje, je živé, a proto časem může dojít k průhybu dveřního křídla, které nemá v tomto důsledku potřebnou pevnou oporu. Voština coby hlavní vnitřní výplň pevnosti těchto dveří vůbec nepomáhá. Ani nemůže, je to pevnější tvrzený papír. Laik voštinové dveře pozná velice snadno. Jsou lehké, váží jen zhruba 14 kg. Když porovná váhu kvalitních dveří, která je průměrně 30–40 kg, rozdíl je na první potěžkání jasně patrný.“

Dveře VEKRA mají nastavený jako standard bez výjimky pro vnitřní výplň plnou desku VEKRA Premium. „Je to v podstatě deska ze slisovaných dřevních třísek. Dveřím dodává vysokou stabilitu, pevnost a odolnost proti nárazu, díky čemuž budou dveře bez problémů sloužit i po letech. Samozřejmostí je, že neobsahuje nebezpečné chemické látky. Celistvá výplň dveřního křídla také zvyšuje akustickou izolaci přibližně o 3 dB. Obvodový rám, do kterého je usazena, je u všech dveří VEKRA vytvořen z MDF desky, a díky tomu mají dveře VEKRA vyšší tuhost, nejvyšší mechanickou odolnost, potřebnou pružnost a jsou tvarově stálé. Dveře tak nemají šanci se jakkoli po čase prohnut nebo se poškodit při silném nárazu. VEKRA navíc automaticky používá zdvojený spodní rám, který není na trhu standardem, ale který umožňuje přizpůsobit dveřní křídlo nerovnostem podlah v interiéru,“ popsal Tomáš Pilský.

Kam papír nepatří

Nechtěné kopnutí při dětském dovádění, prudké zabouchnutí kvůli průvanu, oter oblečením a taškami s nákupem nebo třeba nechtěný úder při vysávání... Dveře jsou v domácnosti vystaveny různým zatěžkávacím zkouškám. Vše musí vydržet, ať je zátěž sebenáročnější. A opět jde o kvalitu materiálů, chcete-li krásu vnitřní konstrukce. „Pružný vnitřní rámeček ve spojení s nejtvrdší plnou deskou, mechanicky odolný povrch dveří doplněný prémiovou oblou hranou a v podstatě máte vyřešené hlavní aspekty pro dveře, které nejsou krásné pouze na pohled, ale krásné svou vnitřní konstrukcí dávající

dlouholetou odolnost a životnost,“ vyjmenoval Tomáš Pilský.

Odolný a praktický povrch

Aby dveře odolaly neředěné domácí kalamitě nebo řádění dvounohých i čtyřnohých miláčků a zůstaly dlouhodobě krásné ve svém vzhledu, musí mít kromě pevné konstrukce také kvalitní povrch. U běžných dveří s voštinovou výplní se standardně používá fólie. Jde v podstatě o impregnovaný papír o síle nejčastěji do 0,1 mm. Takový povrch ale nemá dostatečnou mechanickou odolnost a snadno se v běžném denním provozu poškodí.

„Na povrch dveří VEKRA používáme střednětlaký CPL laminát o síle 0,3 mm, který se oproti levné fólii skládá ze tří vrstev. To mu dává podstatně vyšší odolnost proti poškození, opotřebení, ale i nečistotám. Povrch je také stálobarevný a snadno se udržuje,“ vysvětlil Tomáš Pilský z VEKRY. CPL laminát zároveň umožňuje napodobovat zcela věrně vzhled i strukturu nejrůznějších povrchů, jako je dřevo nebo i něco méně tradičního, například lněnou textilií, kámen či beton. Díky tomu se dnes stává často vyhledávaným povrchem, protože dveřím může dodat atypický, designově žádaný dekor, který by originálními povrchy nebylo možné na dveřích docílit.

Dveře v současnosti poutají pozornost krásou a jednoduchostí svého stylu a provedení. Dříve žádané prolisy a dekorativní lišty na jejich povrchu jsou dnes minulostí. „Z pohledu provedení dveřních křídel jsou jasnými trendy jednoduchost, čistota provedení a ničím nerušené tvary. Právě proto zárubně vyhledávají svoje skryté provedení, aby nechal vyniknout krásu vlastních dveří. Nicméně rozhodně to neznamená ústup od širší nabídky vzájemných variant. Například VEKRA nabízí až 40 000 kombinací modelů, povrchů či klik. V jednom interiéru je možné nakombinovat jak exkluzivní provedení dveřních křídel do obývacích pokojů v posuvném dvoukřídlem provedení, tak uživatelsky příjemné dveře naplněné sloužící v dětských pokojích či koupelnách se zvýšenou vlhkostí a hlukovým útlumem, až po vyložené technicky laděné dveře do spíží nebo garáží,“ upřesnil Tomáš Pilský.

Prémiová hrana

Dalším slabým místem dveří, které jim může ubrat na kráse nejen té vzhledové, ale i funkční a praktické, jsou jejich hrany. Běžně se používají ostré hrany, které nejenže představují vyšší riziko z pohledu vlhkosti či možnosti zranění, ale při nárazu snadno dojde k jejich poškození. „Kvalitně a prouživatelsky vyrobené polodrážkové dveře dnes už mají oblé hrany. I u dveří VEKRA používáme prémiové oblé hrany, které oproti těm ostrohranným zajišťují nejen bezspárové napojení ploch, ale zároveň jsou i více chráněné před poničením. Hrany jsou tak vysoce odolné vůči vlhkosti, agresivním čistícím prostředkům i nárazům. Přispívají tak k vyšší životnosti dveří a bezpečnostní radii navíc snižuje riziko případných úrazů,“ glosoval Tomáš Pilský.

Panty, které unesou o 80 % víc

Otevřít, zavřít... tento pohyb dveře vykonávají klidně i několikrát denně, proto krása správné funkčnosti dveří záleží i na typu použitých pantů a jejich usazení. U levných dveří s voštinovou výplní často najdeme obyčejné dveřní závěsy, u kterých není kladen důraz na jejich nosnost ani dlouhodobou funkčnost. Časem se proto mohou začít svěšovat, takže dveře pak jdou obtížně zavřít. Nutné je navíc i jejich pravidelné



promazávání. „Kvalitní dveře váží průměrně 30–40 kg, a proto i jejich panty musí být připraveny s touto vahou dlouhodobě otáčet. Pro dveře VEKRA používáme speciální složené panty s dlouhými čepy, které mají až o 80 % vyšší nosnost. Nepoškodí se ani v případě zvýšeného nežádoucího zatížení, čímž je zajištěna dlouhodobá bezchybná funkčnost. Díky teflonovému pouzdru jsou navíc panty prakticky bezúdržbové, není nutné je mazat, čímž se vyhneme mastným skvrnám na křídle a zárubni a ulpívání nečistot na samotném pantu. Seřízení dveřního křídla lze provést jednoduše v zárubni pomocí imbusového klíče,“ popsal Tomáš Pilský.

Odolnost do protiplechu vložená

Prudké přibouchnutí nebo nečekaný úder... I to jsou běžné situace, které interiérové dveře musí vydržet. Roli pro jejich odolnost hraje nejen samotné dveřní křídlo, ale i další konstrukční detaily, jako je pevnost uchycení protiplechu či již zmíněných pantů. Jde tedy o funkčnost celého dveřního kompletu.

Běžný normovaný test dle ČSN ověřuje pevnost uchycení dveřního křídla v zárubni, a tudíž odolnost proti vyražení. Využívá zátěžového pytle o hmotnosti 30 kg, které narazí do plochy dveří z přesně zadané výšky. „Kvalita uchycení dveří k zárubni v místech pantů a protiplechu se ukáže celkem rychle,“ komentoval Tomáš Pilský a pokračoval: „U dveří s voštinovou výplní jsou využity obyčejné dveřní závěsy s menší hloubkou kotvení a protiplech je na tom s nízkou kvalitou uchycení podobně. Proto se nemůžeme divit, že vyražení dveří s výplní z tvrzeného papíru je celkem jednoduché. Oproti tomu u dveří VEKRA se ukázalo, že nedošlo ani opakovaným nárazem k deformaci dveřního křídla, natož k vyražení protiplechu. Důvodem je opět kvalita řešení konstrukce uchycení tohoto prvku. Protiplech je do zárubně VEKRA pevně ukotvený speciálním vnitřním kotvením, které je know-how VEKRY, a navíc je opatřený pojistkou proti vykopnutí dveří. Panty jsou složeny z několika částí a do zárubně a dveřního křídla pevně ukotvené na více bodech. Díky tomu jsou s ní spojeny na větší ploše, a proto unesou již zmiňované až o 80 % větší zatížení.“

Bez zárubně nejsou komplety

Nedílnou součástí kvality dveří je nejen samotné dveřní křídlo, ale i zárubeň. Pro výrobu interiérových zárubní VEKRA se používá zátěžová

dřevotřísková, která je až o 65 % těžší, než je na trhu běžná. Proč? Opět jde o krásu bezchybného fungování dveří – zárubeň je díky kvalitě materiálu tvarově stálá a má větší nosnost.

Svoji roli hraje i způsob spojení jednotlivých částí zárubně. U běžně dostupných dveří se zárubeň v rohu pouze slepí a spojí spojkami s nízkou pevností. Avšak zárubeň, která má mít potřebnou odpovídající pevnost a nosnost, musí mít jednotlivé díly zárubně v rozích spojené pomocí speciálních rohových svorníků, spojovacích lamelek a tažných spon. Takto je to použito i u zárubní VEKRA, a díky tomuto většímu množství spojovacího materiálu dosahujeme precizního a až o sto procent pevnějšího spoje zárubní na koso bez viditelné spáry,“ řekl Tomáš Pilský z VEKRY.

Tlumit hluk i bez speciálních vlastností

Krásná ticha v místnosti. I to je další aspekt toho, co čekáme od interiérových dveří. Abychom neslyšeli se zavřenými dveřmi, co se říká ve vedlejší místnosti, není třeba hned připlácet za nadstandardní provedení zvukově izolačních dveří. Běžný hlukový komfort musí nabídnout i dveřní komplet ve svém základním provedení. Jde tu nejen o konstrukci dveří s nejtvrdší plnou dřevotřískovou deskou či pevnost spoju na zárubni. Ale pro schopnost dveřního kompletu tlumit přenos zvuku mezi místnostmi je důležitá i forma montáže. „Při instalaci zárubně vzniká mezi ní a stěnou mezera, která se vyplňuje montážní pěnou. Většina montážních firem ji nanese pouze na několika bodech, aby ušetřily materiál. Těmito volnými mezerami se ale později přenáší hluk. Proto ve všech případech při montáži zárubní VEKRA aplikujeme montážní pěnu po celém obvodu zárubně, a tím dosahujeme nadstandardních akustických vlastností i u dveřního kompletu, který není ve vyložené zvukově izolačním provedení,“ objasnil Tomáš Pilský.

Zatěžkávací zkouška časem

„Jaké dveře mám koupit, aby hezky vypadaly, a přitom dobře a dlouho sloužily?“ Častá otázka mezi těmi, kteří rekonstruují nebo staví nový domov. Rada je jednoduchá – krása dveří není primárně v designu, ale v kvalitě, která se skrývá pod povrchem. „Krása dveří podléhá nejen aktuálním trendům, ale především zatěžkávací zkoušce časem a běžným i nadměrným opotřebením. Dveře jsou investicí do bydlení, která se zhodnocuje především životností a vlastnostmi souvisejícími se zdravým bydlením. Jde nejen o správné zdravé chemické složení použitých materiálů, ale i o jejich odolnost vůči vlhkosti a mechanické zátěži či izolaci hluku. Dveře by tedy měly splňovat nejen nároky na design a trendy doby, ale hlavním důvodem je to, co je skryto pod slupkou. A výběr dodavatele dveří by měl rozhodně stát na jeho dlouholetosti a kvalitě produktů,“ shrnul Tomáš Pilský. Závěrem doplnil: „Můžu hovořit za VEKRU a u nás je to jasné. VEKRA je důraz na kvalitu konstrukce a provedení výrobku, velká širší nabídka pro každou pozici v bytě a domě, montáž a dlouholetá záruka. Jednoduše řečeno – kompletní produkt a komplexní služba na klíč.“ (tz)



Zemědělská půda v Česku zdražila o víc než 200 % za dekádu

Vláda přišla s konsolidačním balíčkem, který má ozdravit veřejné finance, a šetřit se bude také na zemědělci. Škrty se však mají dotknout nejcitlivějších oblastí, jako je zemědělská půda, tedy základní výrobní prostředek pěstitelů i chovatelů. Navrhované zvýšení daně nadále prodraží půdu a ohrozí potravinovou bezpečnost České republiky, zejména u ovoce či zeleniny. Agrární komora České republiky proto opakovaně vyzývá zákonodávce, aby se zvýšení daně z nemovitosti netýkalo zemědělské půdy.

Čeští zemědělci se nacházejí v situaci, kdy se potýkají s vysokými náklady na produkci, které ale nemohou v řadě případů promítat do výkupních cen. Současně čelí environmentálním požadavkům spojeným se zaváděním nových pravidel Společné zemědělské politiky Evropské unie. Návrh na zvýšení daně ze zemědělské půdy navíc přichází v době, kdy se plánuje další omezení podpor mířících do zemědělství. To vše může přispět k opětovnému prohloubení propasti mezi příjmy a výdaji podnikatelů v zemědělské prvovýrobě.

Tuzemští pěstitelé a chovatelé v těchto souvislostech povážlivě ztrácejí svoji konkurenceschopnost hned dvěma způsoby. Zprvu prostřednictvím relativně vysokého podílu propachtované zemědělské půdy. Přestože v posledních letech vlivem nákupů půdy zemědělskými podniky tento podíl klesá, stále je jeden z nejvyšších v Evropské unii. Poslední dostupný údaj Českého statistického úřadu z roku 2020 uvádí podíl propachtované půdy ve výši výrazných 72,7 %, zatímco například polští zemědělci, kteří jsou největšími dovozci potravin do Česka, hospodaří většinou na vlastní půdě.

Zadruhé prostřednictvím jednoho z nejrychlejších temp zdražování zemědělské půdy v Evropě vůbec, které se nutně odrazí ve výrazném růstu již tak vysokých hodnot pachtovného. „Mezi lety 2012 a 2021 činilo zdražení orné půdy v Česku podle dat Eurostatu 224,5 %. Výrazněji zdražila pouze v Rumunsku a v Estonku. V Polsku rostla její cena také, avšak pouze o 79,9 %, tedy nominálně bezmála třikrát slabším tempem než v Česku. Polsko sice v období let 2012–2021 vykázalo nižší celkovou inflaci v oblasti spotřebitelských cen než Česko, ale jen v rozsahu necelých čtyř procentních bodů. Reálně tak v daném období převyšovalo zdražování orné půdy v Česku růst cen polské zemědělské půdy o závratných více než 140 procentních bodů,“ vypočítal prezident Agrární komory České republiky Jan Doležal.

Zároveň zvýšení daně z půdy zvedne tlak na růst pachtovného, které je už nyní v Česku na poměrně vysoké úrovni a v posledních letech stoupá. Z dotazníkového šetření, které probíhalo v listopadu 2022 a zapojilo se do něj 174 podniků z členské základny Agrární komory České republiky, vyplynulo, že pachtovné v loňském roce stoupl ve většině případů. Na 36,7 % respondentů uvedlo nárůst do 10 % a 25,9 % dotázaných zmínilo zvýšení o 11–20 %, což byly dvě nejčastější odpovědi. Jednotky oslovených uvedly zvýšení této nákladové položky o vyšší desítky procent. V 20,3 % případů nedošlo ke změně. Jako důvod zvýšení pachtovného uváděli respondenti především nárůst cen půdy a inflaci.

Lze očekávat, že se majitelé půdy budou intenzivně snažit vyšší daň přenést na hospodářící zemědělce a v celé řadě případů nepochybně uspějí. Dále se tím pádem rozevrou nůžky mezi výrobními náklady, jimž čelí čeští zemědělci, a náklady, jimž čelí například jejich polští kon-



kurenti. Vyšší výkupní ceny zemědělské produkce následně vytvoří tlak na růst cen potravin pro konečné spotřebitele v České republice, které tak budou cenově ještě méně atraktivní v porovnání nejen s polskou potravinářskou produkcí. Četní obyvatelé České republiky pak v důsledku toho budou moci ještě intenzivněji než nyní uskutečňovat své nákupy potravin právě v Polsku.

Vláda sice zamýšlí dát obcím pravomoc, v rámci které by měly rozhodovat o konečné podobě úrovně zdanění zemědělské půdy prostřednictvím takzvaného koeficientu v rozmezí 0,5–1,5, ale Agrární komora České republiky považuje toto řešení za poněkud nešťastné. „Stát se vyviní z odpovědnosti za zdanění země-

dělské půdy a zároveň obcím umožní přilít si peníze do svých vlastních rozpočtů. Částečné osvobození zemědělců od této daně využitím koeficientu na úrovni 0,5 považujeme za nepravděpodobné, protože i obce se dostávají kvůli konsolidaci veřejných financí a zvyšování vlastních nákladů na fungování do nelehké situace a z jejich pohledu by bylo logické využít tyto prostředky pro svůj provoz, když jim stát dává tu možnost a ostatní finance jim krátí. Stát by měl hledat úspory v jiných oblastech a nepodléhat laciným a populistickým gestům. Na tomto plánovaném kroku lze pochválit snad jen jedinou věc, kterou je podmínka stejných pravidel v rámci celé obce a nerozdělování podniků podle velikosti,“ řekl Jan Doležal. (tz)

V současnosti je odpovídající množství CNG k dostání i za polovinu ceny benzínu

Cena stlačeného zemního plynu (CNG) je oproti loňskému září téměř o 60 % nižší. Průměrných 32 Kč/kg je sice stále o něco více než před ruským vpádem na Ukrajinu, vzhledem k poměrně drahému benzínu ale vychází CNG cenově výrazně lépe. V průměru je ekvivalent litru benzínu levnější o 17 korun, na mnoha čerpačkách však lze odebrat CNG levněji asi o 20 korun.

Před rokem v září, kdy vrcholilo cenové šílenství, stál kilogram CNG průměrně téměř 75 korun. Cenová maxima na některých plnicích stanicích dosahovala i 139,90 Kč/kg. Přepočteme-li tuto rekordní cenu z kilogramu na metr krychlový, což je ekvivalent jednoho litru benzínu,

dostaneme sumu 99,93 Kč/m³. Je to tedy totéž, jako by litr benzínu stál 100 korun.

„Při srovnání průměrných cen bylo odpovídající množství CNG před rokem dražší než benzín o více než desetikorunu,“ připomněl Damir Duraković, generální ředitel nákupní

aliance Axigon, která poskytuje CNG karty akceptované na plnicích stanicích innogy Energo a E.ON Energie.

V posledním půlroce jsou však již ceny CNG po předchozích výraznějších poklesech stabilní. V průměru stojí nyní 1 kg přes 32 korun, ceny nad 40 Kč/kg vykazují jen několik plnicích stanic v celém Česku. Ale i 40korunová cena za kilogram CNG je stále výrazně pod úrovní ceny benzínu. Odpovídá totiž ceně 28,60 Kč/m³, přitom litr benzínu stojí v průměru téměř 40 korun. Na mnoha plnicích lze však odebrat CNG za méně než 30 Kč/kg,

„V případě využití firemní CNG karty může podnikatel nyní odebrat plyn dokonce za 27,90 Kč/kg, což je až na jednu výjimku nejnižší cena na trhu. Je to méně než 20 Kč/m³, což znamená, že CNG stojí i polovinu toho co benzín,“ sdělil Damir Duraković a dodal, že uvedená cena aktuálně platí v největší síti plnicích společnosti innogy. S návratem ceny plynu k původním úrovním se rovněž oživila poptávka po CNG. Axigon eviduje zrychlující se růst odběrů, a to mezitím více než o třetinu za osm měsíců letošního roku a dvojnásobně jen za srpen. (tz)

PENNY pomáhá vysázet deset miliónů stromů

Společně s Nadací Partnerství si PENNY dalo za cíl vysázet v rámci projektu Sázíme budoucnost po celé zemi deset miliónů stromů. Tuto iniciativu podporuje už třetím rokem, a pomáhá tak zlepšovat životní prostředí na desítkách míst České republiky.

Cílem projektu je vrátit stromy do české krajiny a obcí. „Máme po celé zemi více než 400 prodejen a pět logistických center. Jsme lidem blízko a chceme jim být dobrým sousedem. Stromy mají pro naše životní prostředí zásadní význam, který se změnami počasí ještě roste. Proto jsme se už před několika lety připojili k Nadaci Partnerství s cílem vysázet deset miliónů stromů po celé zemi, tedy prakticky za každého obyvatele



České republiky jeden strom,“ řekl Tomáš Kubík, manažer komunikace PENNY a dodal: „Už při plánování výstavby nebo u velkých modernizací našich nových prodejen přihlížíme k okolnímu prostředí a k výsadbě zeleně a stromů v jejich okolí. Například u naší prodejny ve Skutči na Chrudimsku jsme oseli 3350 m² květnaně louky a doplnili ji keři. Vysázeli jsme ne daleko také alej dvaceti nových stromů (bříza, habr, třešeň, javor).“

Grantový program Sázíme budoucnost podporuje a zajišťuje výsadbu stromů formou pokrytí nákladů na výsadbu, péči o stromy, odborný dohled nebo finance na nezbytný materiál, nářadí či dopravu. Podmínkou je, že stromy a keře vysadí místní dobrovolníci, kteří budou o novou zeleň pečovat následujících pět let. „Jako důležité vnímáme i to, že součástí projek-

tu je následná péče o vysazené stromy. Díky spolupráci s Nadací Partnerství tak máme jistotu, že se zasazeným stromům dostane ta nejlepší možná péče a budou tady i pro další generace,“ doplnil Tomáš Kubík.

Iniciativu Sázíme budoucnost podporují i známé osobnosti, například Nick Winton, módní návrhářka Iva Burkertová, biologka Hana Svobodová, herci Bolek Polívka a Maroš Kramář, moderátor a hudební producent Jaro Slávik a řada dalších. Od samotného začátku se na ní podílí také Ministerstvo životního prostředí, které samotné sázení stromů podporuje i finančně, a to prostřednictvím svých dotačních programů. Do projektu se zapojili i samotní zaměstnanci PENNY, kteří vysázeli na 150 nových stromů u Petřvaldu na Ostravsku a v Podhořanech u Ronova. (tz)

Zájem o alternativní potraviny v českých obchodech roste

Zájem o alternativní potraviny mezi českými spotřebiteli stabilně roste. Významnými faktory při rozhodování zůstává cena a také chuť. Spotřebitelům však stále chybí dostatek informací a zkušeností při výběru rostlinných náhražek živočišných produktů. Kupují je přitom nejen vegetariáni. Shodli se na tom účastníci odborného semináře nazvaného Alternativní potraviny jako příležitost pro výrobce i obchod, který zorganizoval Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR ve spolupráci s Radou kvality České republiky a Ministerstvem průmyslu a obchodu. Záštitu poskytl ministr zemědělství Marek Výborný a Ministerstvo zdravotnictví.



„Alternativní potraviny představují vedle reformulovaných a udržitelně vyrobených potravin jeden z velkých trendů současnosti. Změny klimatu i aktuální energetická krize jasně ukázaly, že změny v přístupu k produkci potravin jsou nejen nevyhnutelné, ale hodiny doslova ukazují za pět minut dvanáct,“ uvedl Tomáš Prouza, prezident SOCR ČR, a dodal: „Alternativní potraviny nevnímám jako nějakou hrozbu. Naopak se domnívám, že je to nejen pro výrobce potravin, ale i pro retail obrovská šance. Velice mě těší, že již existuje celá řada českých výrobců, kteří se alternativních potravin nebojí a v této souvislosti investují a inovují.“

Jindřich Fialka, vrchní ředitel Sekce potravinářství Ministerstva zemědělství, v souvislosti s alternativními potravinami zmínil problém s jejich označováním. Jednotlivé evropské země se vydaly cestou zákazů, které mají zabránit jejich zaměnitelnosti s živočišnými produkty, jež mají nahradit, například s mlékem nebo s masnými výrobky. „Pro spotřebitele jsou často názvy a zobrazení alternativ zavádějící a matoucí. Za ideální považují harmonizaci pravidel na úrovni EU,“ zdůraznil Jindřich Fialka. Za Mi-

nisterstvo průmyslu a obchodu informoval Pavel Vinkler, ředitel odboru podnikatelského prostředí a obchodního podnikání a 1. místopředseda Rady kvality ČR: „Uvědomujeme si, že jen zdravá populace může prosperovat a být ekonomicky úspěšná. Správné stravování považují za základ, i proto jsme neváhali a do pořádání tohoto semináře jsme se aktivně zapojili.“

Podle Martina Krystiána, předsedy Platformy pro alternativní potraviny Potravinářské komory České republiky a generálního ředitele mlékárny OLMA, je však legislativní prostředí pro alternativní potraviny v ČR teprve na počátku. To se týká zejména oblasti označování potravin a nastavení vhodné výrobní praxe. „Označování alternativních výrobků je otázka, která se intenzivně řeší v řadě evropských zemí i celosvětově. Vždy však platí, že zákazník nesmí být v žádném případě označením klamán. Důležitá je tedy především odpovědná a seriózní komunikace výživové hodnoty a vlivu na životní prostředí, a to jak v případě rostlinných,

tak i živočišných potravin,“ upozornil Martin Krystián.

Alternativní potraviny mohou mít vedle udržitelnosti pozitivní vliv i v boji s pandemií obezity a s řešením potravinových intolerancí. Podíl obezity v Česku za posledních 15 let stoupl o více než 30 %. V současnosti se s ní potýká 19 % české populace. „Léčba obezity nás ročně stojí 30 miliard korun, což představuje 10 % nákladů na zdravotní systém. Na špatné stravování připadá 23 % všech předčasných úmrtí u nás. Podle údajů Eurostatu z roku 2019 až 49 % Čechů nesní ani jednu porci ovoce a zeleniny denně,“ informovala Barbora Macková, ředitelka Státního zdravotního ústavu. Správně zvolená náhrada může mít výrazné přínosy pro zdraví člověka. Složení by však mělo být v souladu s nutričními doporučeními.

Tereza Trávníčková z organizace ProVeg shrnula, jak se mění stravovací návyky Čechů směrem k rostlinným alternativám, a vyzvala producenty, aby se stali součástí změny. „Cena

hraje zásadní roli při rozhodování spotřebitelů. Nabídněte rostlinné produkty za přijatelné ceny a směřujte k cenové paritě. Dejte spotřebitelům možnost produkty vyzkoušet. Mnoho lidí neví, jak rostlinné produkty chutnají,“ doporučila Tereza Trávníčková potravinářům. Obchody by pak měly rozšiřovat rostlinnou nabídku napříč kategoriemi a zredukovat stávající produktové portfolio.

„Hlavním hybatelem vývoje jsou zákazníci. Roste poptávka, ale problém je často s dostupností, cenou a se složením. Výrobci a potravináři na to reagují a nabídka roste. Dnes máme na trhu 664 rostlinných alternativ mléka a mléčných výrobků a 372 rostlinných alternativ k masu a masným výrobkům,“ konstatoval Patrik Dojčinovič, viceprezident SOCR ČR, a dodal: „Závazkem maloobchodu je reformulace a vznik privátních značek alternativních potravin, navyšování počtu zdravých potravin v sortimentu a stanovení konkrétních cílů v prodeji.“

S jeho závěry souhlasili přítomní zástupci obchodních řetězců Albert, Kaufland a Tesco a online obchodu Košík.cz, kteří představili své strategie a plány rozvoje alternativních potravin, edukace zákazníků a příklady alternativních potravin svých privátních značek.

„Těší mě, že dialog funguje. Na potřebě navyšování nabídky alternativních potravin se shodujeme nejen v rámci celého potravinářsko-dodavatelského řetězce, ale i s lékaři a dalšími odborníky na výživu. Registrujeme i vůli ze strany státu a Evropské komise. Shodujeme se rovněž na tom, že zásadním hlediskem pro navyšování prodeje alternativních potravin jsou i socioekonomická hlediska. Řada spotřebitelů, především z nízkopříjmových skupin, si v současnosti nemůže dovolit nakupovat zdravější potraviny. Pokud budou alternativní potraviny dražší než živočišné potraviny, které mají nahradit, bude to vždy představovat brzdu jejich rozvoje,“ uzavřel Tomáš Prouza. (tz)

PENNY otevře deset nových prodejen

PENNY zahajuje podzimní expanzi. V průběhu následujících měsíců plánuje otevřít minimálně desítku nových prodejen. Letos se jich už dočkali obyvatelé v Zámukách na Kolínsku a v Pardubicích. Nyní se mohou radovat obyvatelé Jesenice u Prahy.

Nová prodejna byla postavena v ulici Zbraslavská. „Převzali jsme prostory po předchozím majiteli a postavili v nich prodejnu tak, jak jsou naši zákazníci zvyklí. Vytvořili jsme pro ně příjemné nákupní prostředí, kde si budou moci rychle pořídit nejen nejkvalitnější produkty za nejvýhod-

nější ceny, ale také produkty, které v jiném řetězci nedostanou. Pokračujeme tak v naší expanzi a v následujících týdnech plánujeme otevřít další prodejny po celé zemi,“ řekl Pavol Bucko, vedoucí expanze PENNY a dodal: „Jesenice u Prahy je místem, kde žije řada lidí pracujících v Praze, a současně lokalitou, kudy lidé vyjíždějí o víkendech z Prahy na své chaty a chalupy do okolí. Věříme, že si k nám najdou cestu a že se k nám budou vracet, protože pro nás je to místo, kde jsme doposud chyběli a chceme být lidem blíž.“

Nová prodejna s prodejní plochou 1060 m² nabídne zákazníkům rozlehlé parkoviště s 60 parkovacími místy a bude mít otevřeno každý den

od 7.00 do 22.00 hodin. „Jsme si vědomi, že v Jesenici potřebují lidé delší otevřací dobu, než je v našich prodejnách obvyklé, protože se často vrací z práce v hlavním městě později. Proto jim vycházíme vstříc a budeme mít otevřeno až do desáté hodiny večerní,“ dodal Pavol Bucko.

PENNY plánuje otevřít ve druhé polovině letošního roku minimálně deset nových prodejen. V nejbližších týdnech se zákazníkům zpřístupní nové prodejny v Praze v areálu Nové Waltravky, v Krumvíři nebo v Polné. Jednou z prodejen, která začne brzy sloužit, bude další celodřevěná ekologická prodejna, tentokrát se na ni mohou těšit ve Žďírce na Vysočině. (tz)



Kaufland pokračuje ve zvyšování mezd, sazba vzrostla i brigádníkům

Řetězec Kaufland znovu finančně ocenil úsilí svých zaměstnanců. Řadovým zaměstnancům v operativních oblastech (prodejny, logistika, masozávod), včetně brigádníků, se navýšily od září mzdy. Ostatní zaměstnanci obdrželi jednorázovou mimořádnou odměnu. Společnost investuje do zvyšování mezd a mimořádné odměny částku v celkové výši 436 milionů korun.

Obchodní řetězec Kaufland zvyšuje mzdy v provozních oblastech, např. zaměstnancům prodejen na pozici asistenta prodeje nebo pokladní vzrostla od září mzda o 3000 korun měsíčně. „Zaměstnanci tvoří klíčovou součást naší společnosti a nesmíme si vážit jejich práce. Proto dlouhodobě usilujeme o to, aby byli spo-

kojení a cítili se u nás náležitě oceňováni jak finančně, tak formou řady dalších benefitů,“ popsal generální ředitel společnosti Stefan Hoppe.

Kaufland navýšil od 1. 9. 2023 také hodinovou sazbu pro brigádníky, a to ze 150 na 165 korun. V případě brigádníků pultového prodeje pak hodinová odměna vzrostla ze 165 na 175 korun. Spolu s výplatou za měsíc říjen obdrží mimořádné odměny v souhrnné výši 18 milionů korun i ostatní zaměstnanci. Nebude to přitom letos poprvé, co Kaufland mimořádné odměny rozdělí. Všichni kmenoví zaměstnanci řetězce již spolu se mzdou za březen a červen obdrželi odměny v celkové výši 150 milionů korun. Od 1. března 2023 zároveň všem zaměstnancům s nárokem na stravenkový paušál trvale vzrostl příspěvek zaměstnavatele o 25 % za jednu směnu. Kaufland dbá o spokojenost svých zaměstnanců

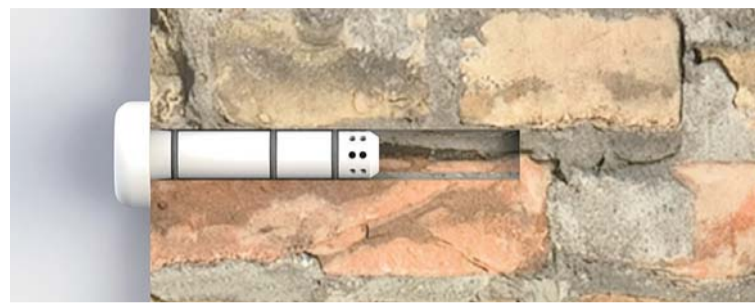
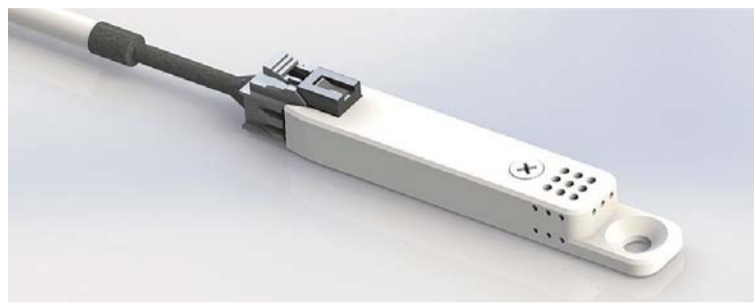
nejen formou navyšování mezd a udělování mimořádných odměn, ale soustředí se také na jejich zdraví či rovnováhu mezi pracovním a soukromým životem. V rámci speciálního zaměstnaneckého programu Zdraví nás baví například pravidelně ve svých prodejnách pořádá Den zdraví. Během něj mohou zaměstnanci zdarma využít masáže či navštívit semináře s fyzioterapeuty. V nabídce jsou rovněž bezplatná vyšetření cév, měření skladby těla nebo kontrola mateřských znamének jako prevence rakoviny kůže.

Zajímavostí mezi celou řadou dalších benefitů je rovněž den placeného volna pro rodiče prvňáčků v první školní den tak, aby mohli tento významný moment prožít společně. Letos se v pondělí 4. září týkala tato výhoda rodičů zhruba 350 dětí – každému z nich navíc Kaufland věnoval kornout s dobrotami. (tz)



Česká technologie pomáhá maximalizovat životnost dřevostaveb, chystá se dobýt i Japonsko a Skandinávii

Prodlužovat životnost dřevostaveb a chránit před nadměrnou vlhkostí budovy i zdraví jejich uživatelů. To je hlavní poslání české společnosti SENZOMATIC, jejíž technologie je svým řešením v rámci zámoří a Evropy, kde má za sebou přes 700 úspěšných realizací, naprosto unikátní. Kromě rodinných dřevostaveb monitoruje i velké komerční, průmyslové a historické objekty. Aktuálně probíhá její expanze do sousedního Slovenska, Rakouska a Německa. V budoucnu by se ráda prosadila také ve Skandinávii nebo v Japonsku, kde jsou dřevostavby enormně populární.



chvíli, kdy je vlhkost v objektu pozorovatelná už pouhým okem, je jednoduše pozdě. Majitele nemovitosti pak čekají finančně nákladné opravy, mnohdy v řádech statisíců a v případě větších komerčních budov až milionů," doplnil.

Česká technologie z univerzitního prostředí

Samotnou technologii vyvinuli v roce 2014 odborníci z Univerzity centra energeticky efektivních budov Českého učení technického v Praze (ČVUT UCEEB). Hlavním smyslem výzkumu bylo nalezení inteligentního řešení pro dřevostavby, které by umožňovalo chránit tyto objekty a jejich uživatele před nežádoucí vlhkostí. Dnes má SENZOMATIC na kontě přes 700 úspěšných realizací a kromě majitelů dřevostaveb se portfolio klientů firmy rozrůstá i o vlastníky komerčních budov, developerských projektů, logistických center a technologických parků. „Jsme součástí několika ko-

merčních projektů výstavby budov s rozlohou mezi 5000 a 10 000 m². Do takových objektů instalujeme 500–800 senzorů na místa, která konzultujeme s architekty nebo investory. Z pohledu vlhkosti bývají častým problémem těchto areálů ploché střechy, u kterých pomáháme minimalizovat problémy s průsaky vody," uvedl Miroslav Veselý.

Expanze na zahraniční trhy

Vzhledem k narůstajícímu počtu úspěšných zakázek v Česku a okolních zemích společnost přirozeně posiluje svou pozici v zahraničí. Proto se nedávno rozhodla pro změnu názvu své značky – dříve totiž byla na trhu známá pod jménem MoistureGuard. „Pro rebranding technologie z MoistureGuard na SENZOMATIC jsme se rozhodli hlavně z důvodu rozšiřování portfolia našich produktů. Motivem byla také probíhající expanze do Německa, Rakouska a později do Skandinávie nebo Japonska," vy-

světlil zásadní krok Miroslav Veselý. Právě v zemi vycházejícího slunce a na severu Evropy úroveň dřevostavitelství vysoce přesahuje tu tuzemskou. Miroslav Veselý je však přesvědčen, že i v Česku bude četnost využívání dřeva na stavbách dále narůstat. „Když naše technologie před devíti lety začínala, stavělo se zde v průměru pět set nových dřevostaveb ročně. Dnes je to šestkrát tolik. Nahrává nám také zájem lidí o udržitelnější stavebnictví, kam míří i legislativa Evropské unie. Dnes mají některé státy dokonce definováno, kolik procent dřeva, jakožto obnovitelného materiálu, musí být v nových stavbách zastoupeno," komentoval.

Kromě klasických rodinných dřevostaveb vidí firma stále větší potenciál v kancelářských, hotelových i rezidenčních vícepatrových projektech. Svými aktivitami oslovuje čím dál větší množství potenciálních investorů, kteří využívají nové technologie k ochraně životního prostředí i zdraví uživatelů nemovitostí. (tz)

Lidé chtějí alternativy v mobilitě, 88 % subjektů z průzkumu Arvalu už je používá nebo se na to chystá

Carsharing, veřejná doprava nebo třeba elektrokola. Firmy zavádějí tyto a další způsoby dopravy jako alternativu k běžnému vlastnění automobilů. Náhradní řešení podle průzkumu leasingové společnosti Arval využívá 68 % zúčastněných českých firem, dalších 20 % je zavádí nebo to má v plánu. Motivace jsou různé, z průzkumu ale vyplynulo, že hlavní roli hraje image firmy a zvýšení její atraktivity pro zaměstnance.

Ranní cesta vlakem nebo autobusem do práce je v Česku každodenní realitou pro velkou část lidí. Veřejná doprava je tu podle dat evropského projektu Odysee-Mure z roku 2019 vůbec nejoblíbenější ze všech států Evropy. To se patrně promítlo i do každoročního průzkumu Arvalu, kde se prostředky hromadné dopravy umístily na prvním místě jako nejvyužívanější alternativa. Společnosti svým zaměstnancům cesty úplně financují nebo na ně alespoň přispívají. V kurzu jsou ale i další možnosti. Celých 29 %

českých firem, které alternativy zavedly nebo budou zavádět, pracovníkům zprostředkovává sdílení nebo pronájem kol. V módě jsou také finanční příspěvky na dopravu, časté je sdílení aut. Například Moneta Money Bank využívá unikátní aplikaci umožňující zaměstnancům rezervaci vozidel pro pracovní, ale i soukromé účely. „Aplikace je dost inteligentní na to, aby nám v rámci sdíleného provozu nabídla k dispozici pouze vozidla, která mají aktuálně nabitou baterii alespoň z 80 %. Nestane se tak, že by

některý z našich kolegů potřeboval vyrazit na pracovní cestu, zarezervoval si auto, ale při odjezdu zjistil, že je vybité," vysvětlil provozní ředitel Monety Jiří Huml.

Mezi náhradními způsoby dopravy se objevuje i společné cestování v jednom autě. „Používáme aplikaci, ve které se pro služební cesty dají zarezervovat referenční vozidla. Současně tam máme funkci pro spolujízdu: kdo jede ten daný den do stejného cíle nebo někde po cestě, může se přidat a jet společně," řekla Eva Svobodová, tisková mluvčí pojišťovny UNIQA.

„Alternativní řešení mobility jsou budoucnost. V západních zemích je trendem například sdílení vozidel nejen mezi zaměstnanci, ale i mezi firmami. Velkou motivací je pro ně environmentální odpovědnost, stejně jako je tomu u pořizování elektromobilů," sdělil Aleš

Polák, generální ředitel Arvalu v Česku. Ukazuje se ale, že rozdíl mezi tuzemským a evropským trhem nemusejí být tak velké. „V našem srovnání se Česko umístilo například i nad Spojeným královstvím. Alternativy zavedlo nebo bude zavádět 86 % britských firem," doplnil Aleš Polák. Lze přitom předpokládat, že vzhledem k masivnímu přechodu na elektromobilitu a vyšším pořizovacím cenám budou tato procenta stoupat.

V rámci průzkumu Češi náhradní způsoby dopravy využívali více než třeba Poláci, Slováci nebo Finové. Pozadu naopak zůstali za Německem, Norskem a Belgií. V případě českých společností je hlavním důvodem pro změny snaha o vylepšení firemní image. V těsném závěsu pak skončila ochrana životního prostředí a další důvody spojené se společenskou odpovědností. (tz)

Firmy objevují kouzlo sledování majetku, stačí jim k tomu jednoduchý software

Mnohé firmy a fyzické osoby vedou účetní evidenci svého majetku, ta ale slouží pouze pro daňové účely. Neobsahuje například aktuální umístění, servisní historii nebo datum expirace. Do účetního majetku se navíc nezapisuje vše – pro příklad šanoný s doklady. I proto společnosti hledají cesty, jak majetek sledovat přesněji, aby si v něm udělaly skutečný pořádek. Pro mnohé z nich může být cestou jednoduchý software podobný skladovému systému.

V zahraničí je sledování majetku (asset tracking) běžná věc, v Česku zatím tolik rozšířené není. Případů, kdy firmám pomůže, přitom existuje řada. Všechny daňové, auditní nebo účetní firmy, které ze zákona musejí uchovávat

doklady a chtějí v nich mít pořádek. Půjčovny, které potřebují udržet přehled, i když mají přístroje právě vypůjčené u zákazníka. Montážní firmy, kde nářadí sdílí více pracovníků a potřebují systém rezervací pro přehled o tom, kdo a kde nářadí aktuálně používá.

Sledování majetku zároveň neslouží jen pro dobrý pocit a přehled, ale často usnadňuje i plnění legislativy. Například elektrospotřebiče musí procházet pravidelnými technickými revizemi, což software usnadní tím, že do něj technik zapisuje servisní historii každého stroje nebo nahrává technické listy a revizní zprávy.

„I když se snažíme digitalizovat maximum dokumentů a automatizujeme maximum procesů, někteří klienti nám stále doručují dokumenty v papírové podobě. Po jejich digitalizaci a ukončení účetního období tyto papírové do-



kumenty přesouváme do archivu. Na jeho správu používáme jednoduchý software, kde každý archivní box má svůj čárový kód i vlastní pozici. Přesně víme, kdy archivní box vznikl a jak s ním bylo manipulováno," řekl Milan Baňčanský, IT ředitel z účetní a daňové kanceláře ASB

Czech Republic. Firma využívá řešení od společnosti Grit, nasazení aplikace zabralo jednotky hodin a s výjimkou čtečky čárových kódů nevyžadovalo žádné investice do hardwaru.

Aby bylo možné majetek sledovat, je potřeba jej označit. K tomu obvykle slouží štítek s čárovým kódem, případně jakékoliv evidenční číslo. Každý, kdo pak s majetkem manipuluje, načte kód nebo zapíše číslo do systému a například uvede, co s majetkem dělal nebo na kdy a na jak dlouho si jej rezervuje.

„Nástroje na sledování majetku jsou funkcemi vlastně podobné skladovému systému, jen s tím rozdílem, že je využijí i firmy, které žádné sklady se zbožím či materiálem nemají, a možná tak nad podobnými řešeními dosud vůbec nepřemýšlely," uvedl Lubomír Veselý, výkonný ředitel firmy Grit. (tz)

Asociace českých nábytkářů ke statistickému výhledu výsledků oboru

Asociace českých nábytkářů zveřejnila odhad statistických údajů na rok 2023. Jde o dopočet podle výsledků prvního pololetí a simulaci za předpokladu, že druhé pololetí zaznamená stejný vývoj jako to první. Z tohoto pohledu předpokládá mírný pokles hodnoty produkce nábytku v letošním roce, a to na 52 miliard Kč. Očekává výrazně slabší export, a to pokles na 37,9 miliardy Kč v roce 2023 oproti 40,14 miliardy Kč v loňském roce. Podobný pokles předpokládá také u importu nábytku, a to na 28,7 miliard Kč oproti 30,31 miliardy Kč v roce 2022.

Výkon oboru výroby nábytku zaznamenal v prvním pololetí jistý pokles, podobně jako v řadě dalších oborů. Pro české nábytkáře to zřejmě není pozitivní zpráva, avšak zatím se předpokládá pokles nejvíce jako výrazný problém. Vzhledem k růstu cen vstupů se musí veškeré navýšení promítnout i do konečných cen za nábytek. To znamená zvýšení cen nejenom za nábytek, ale i za služby s nábytkem spojené. Z tohoto pohledu je zřejmé, že objem produkce vyjádře-

ný například v kilogramech v ČR mírně klesá již delší dobu. Pozitivní zprávou je očekávané poměrně výrazné posílení českých firem na tuzemském trhu s nábytkem, a to o 1,41 miliardy Kč na předpokládaných 14,1 miliardy Kč. Pozitivní pro český nábytkářský průmysl je i očekávaní snížení podílu importovaného nábytku na spotřebě z 70,49 % v roce 2022 na očekávaných 67,06 % v roce letošním.

Negativním faktem je údaj vyjádřený v grafu pod názvem Podíl salda zahraničního obchodu na celkové produkci v %. Tento údaj vyjadřuje procentuální podíl z tuzemsku vyrobeného nábytku, který je exportován. Tento poměr exportu českých výrobců by v letošním roce měl klesnout na 17,69 % (export-import)/produkce. Klesající export je důsledkem zpomalení na západních evropských trzích. Největší pokles zaznamenal export do Německa, -15,8 % za první pololetí letošního roku v porovnání se stejným obdobím roku 2022. Evropské trhy bohužel kopíruje i tuzemský trh. Očekáváno je snížení spotřeby oproti loňskému roku o 200 milionů Kč, tedy na konečných 42,8 miliardy Kč.

Trendu snížení spotřeby a omezení nákupů odpovídá i pokles importu. Očekáváme pokles hodnoty importu na 28,7 miliardy Kč, což je pokles o 1,61 miliardy Kč oproti roku 2022. V porovnání s prvním pololetím 2022 a prvním pololetím 2023 je pokles importu z Polska -10,7 %, pokles importu z Německa je -10,9 % a největší je pokles importu z Číny, který představuje -29,4 %.

Asociace českých nábytkářů od svého vzniku podporuje v České republice prodej kvalitního nábytku a poskytování kvalitních služeb vztahujících se k nábytku. Asociace českých nábytkářů je správcem značky Česká kvalita – Nábytek www.ceska-kvalita-nabytek.cz a provozovatelem vyhledávače prověřených nábytkářských firem www.nabytek-jistota.cz. Významný podíl činnosti Asociace českých nábytkářů zaujímá dlouholeté sledování statistických trendů ve výrobě a obchodě s nábytkem. Asociace českých nábytkářů je významným partnerem pro instituce státní správy v zastupování požadavků podnikatelů z oboru výroby nábytku.

Ing. Tomáš Lukeš, tajemník Asociace českých nábytkářů

Udržitelnost

ROSSMANN kampaní Vraťte stromům korunu přináší zeleň blíže lidem a jejich domovům

Drogerie ROSSMANN společně s neziskovou organizací Sázíme stromy a se společností Henkel Consumer Brands CZ/SK v rámci společného projektu Vraťte stromům korunu opět přispěla k rozvoji zeleně v České republice. V rámci letošního ročníku byly získány finanční prostředky k výsadbě 360 vzrostlých stromů.

I tentokrát jde o zeleň typickou pro českou krajinu, zejména ovocné stromy, které budou vysázeny v různých lokalitách po celé republice. Projekt Vraťte stromům korunu se uskutečnil již po osmé a za tu dobu bylo vysázeno již více než 2700 stromů, se kterými se lidé potkávají kolem polních cest, na dětských hřištích, u škol, v parcích, vznikají i nové meze a remízky.

Do kampaně Vraťte stromům korunu se zákazníci drogerie ROSSMANN aktivně zapojili tak, že si v období od 21. června do 5. srpna 2023 zakoupili výrobky značek Palette, Live Color, Perfect Mousse, Syoss, Taft, Gliss, got2b, Seborin, Schauma, Fa, Barnängen, Nature Box, Gliss Color, Schwarzkopf, Persil, Bref, Pur, Somat, Silan, Perwoll, Clin a K2r. Následně putovala z každého prodaného produktu 1 Kč na podporu neziskové organizace Sázíme stromy,



kteřá zajistila výsadbu vzrostlých stromů v předem vybraných lokalitách po celé České republice.

„V rámci našeho projektu Vraťte stromům korunu se cíleně nezaměřujeme na výsadbu le-

sů, ale díky spolupráci s neziskovou organizací Sázíme stromy můžeme tam, kde stromy ještě nikdo nevsadil či kde cítíme velkou potřebu ze strany místní komunity. Letošních 360 vzrostlých stromů je jen dalším krokem na této úžasné společné cestě a my si velmi vážíme každého, kdo se k této myšlence a zelené podpoře naší země přidal.“ uvedla Olga Stanley, manažerka komunikace ROSSMANN.

Stromy bereme jako běžnou součást krajiny a často ani nedoceňujeme, jak ohromnou službu nám tyto „zelenáči“ prokazují. A není to jen kyslík z fotosyntézy, ale i blahodárný stín, zadržování vláhy a vytváření příznivého prostředí nejen pro lidský organizmus. „Vraťte stromům korunu je krásnou ukázkou toho, že zdánlivě maličkosti dělají ve finále velké věci. Více než 2700 vysazených vzrostlých stromů v českých městech a jejich okolí má slova jen potvrzují. Děkuji za tento společný projekt oběma partnerům, ale i příznivcům výrobků našich značek, kteří do toho šli opět s námi.“ komentoval Roman Kýr, prezident Henkel ČR a generální manažer Henkel Consumer Brands CZ/SK. (tz)

Naše kavárna

Změny ve vedení Heureka Group

Heureka Group oznámila, že od 13. září nastoupil do funkce generálního ředitele skupiny David Chmelař. Dosavadní CEO Tomáš Braverman se stal nevykonným poradcem představenstva Heureka.

M. Pipek marketingovým ředitelem Honor

Zkušený marketér Martin Pipek se ujal pozice marketingového ředitele Honor pro Českou republiku a Slovensko. Jeho úlohou bude budování této globální technologické značky na lokálních trzích, nastavení strategie pro sociální sítě i dohled nad PR.

Novým generálním ředitelem makro ČR je J. Nehasil

Velkoobchod makro ČR má 2023 nového generálního ředitele. Stal se jím Jiří Nehasil, který posledních pět let působil jako ředitel obchodu, prodeje a provozu. Ve funkci nahradil Atilu Yenisenisa, který se v rámci skupiny Metro posunul na pozici výkonného viceprezidenta.

Sponzoring, charita, pomoc

innogy a občanské poradny zintenzivňují pomoc lidem ve finanční tísní

Společný projekt energetické firmy innogy a Asociace občanských poraden pomohl v ČR v tomto roce již více než 10 000 klientů. Jde současně o zákazníky dodavatelů energií napříč trhem. Zejména kvůli rostoucím cenám v důsledku vysoké inflace totiž roste počet lidí, kteří nevládnou splácet své pravidelné závazky. Ze statistik AOP vyplývá, že poradenství pro získání příspěvku na bydlení či dávek okamžité pomoci narostly v meziročním srovnání o 95 %. Spolupráce innogy a AOP bude proto intenzivně pokračovat i nadále, mimo jiné edukací v oblasti úsporných opatření v domácnosti nebo energetické či finanční gramotnosti. (tz)

Lego naší legislativy

Podnikatel, který nepoučí, nemusí dostat zapláceno

Právo odstoupit od smlouvy uzavřené nejen na internetu do 14 dnů od jejího uzavření již vstoupilo do běžného povědomí. Podnikatel má také povinnost spotřebitele o tomto právu rádně poučit. Pokud tak neučiní, lhůta pro odstoupení od smlouvy se může protáhnout až o jeden rok. Podle nedávného rozsudku Soudního dvora Evropské unie však pro podnikatele nemusí jít o jediný nepříznivý následek porušení informační povinnosti. V určitých případech totiž spotřebitelé za již poskytnutou službu nemusí platit.

Soudní dvůr Evropské unie se zabýval případem, kdy německý spotřebitel uzavřel ústní smlouvu s podnikatelem mimo jeho obchodní prostory, na jejímž základě měl od podnikatele obdržet služby spočívající v rekonstrukci elektroinstalace ve svém domě. Podnikatel domluvenou službu dodal a domáhal se zaplacení vystavené faktury. Spotřebitel fakturu neuhradil a namísto toho odstoupil od smlouvy. Argumentoval přitom tím, že pokud podnikatel splnil svůj závazek ze smlouvy dříve, než uplynula lhůta pro odstoupení od smlouvy, jdou vynaložené náklady k jeho tíži. Soudní dvůr EU dal v nedávném rozhodnutí spotřebiteli nakonec za pravdu.

Ačkoliv se spor týkal německého spotřebitele, práva spotřebitelů zaměřená na jejich informovanost při uzavírání smluv, stejně jako právo odstoupit od smlouvy uzavřené distančním způsobem či mimo obchodní prostory, jsou plně harmonizována evropskými předpisy. „Soudní dvůr vyložil pravidla, která jsou všem členským zemím EU společná, neexistuje proto důvod, proč by závěry soudu nemohli argumentovat i čeští spotřebitelé,“ sdělila Eduarda Hekšová z dTestu. (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

INZERCE

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

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

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

Dokonalá paměť – Jak si zapamatovat úplně cokoli

Jakub Pok, Lucie Poková

Poznejte paměťové techniky, díky kterým si všechno, co se chcete naučit, zapamatujete rychle a bez problémů, ať už jde o nový jazyk, nebo materiály ke zkouškám při studiu. Tyto techniky skvěle využijete v práci, na nákupu nebo třeba na dovolené. Není to nic složitého, a navíc se při tom budete skvěle bavit! Jakub Pok pečlivě vybral ta nejzajímavější témata, která řeší účastníci jeho kurzu ve Škole paměti, aby vznikla tato jedinečná kniha.

Rytmus roku s Hankou Zemanovou (audiokniha)

Hanka Zemanová

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

Nábor, rozvoj a produktivita v době nedostatku talentů

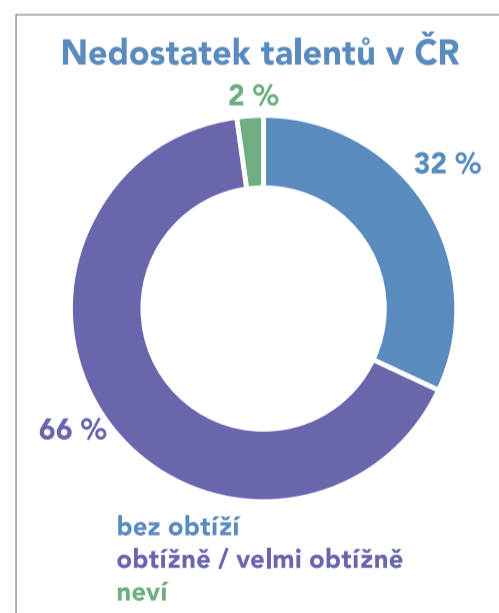
Společnost ManpowerGroup zveřejnila výsledky svého průzkumu: **Nábor, rozvoj a produktivita v době nedostatku talentů, který je pokračováním průzkumu Nedostatek talentů 2023, jenž byl publikován v březnu tohoto roku.**

- Tento navazující průzkum odpovídá na otázky:
- Jak firmy přizpůsobují svoje strategie nedostatku talentů?
 - Hledají nevyužití rezervy na trhu práce? A kde?
 - Na jaké soft skills se při náboru zaměřují?
 - Jak přistupují k zaměstnancům napříč generacemi?
 - Jaké jsou nejdůležitější měkké dovednosti jednotlivých generací?
 - Jaké jsou pro ně nejdůležitější faktory pro zvýšení produktivity zaměstnanců?

Nedostatek talentů v ČR

Na 66 % zaměstnavatelů v ČR se potýká s problémy při obsazování svých volných pracovních pozic. Oproti tomu 32 % jich hlásí, že s obsazením volných pracovních pozic nemá problémy a ve 2 % si nejsou jisti. Jde o největší podíl od roku 2009, kdy ManpowerGroup začal v ČR měřit nedostatek zaměstnanců s potřebným profilem. Nejvíce se s nedostatkem talentů potýkají malí zaměstnavatelé (10–49 zaměstnanců) – 73 % jich hlásí, že nemohou dlouhodobě najít dostatek vhodných uchazečů, u velkých firem (nad 250) to je 67 %. U středních firem (50–249 zaměstnanců) se s nedostatkem talentů setkává 63 %, zatímco u firem s méně než 10 zaměstnanci je to 64 %.

Aby mohli zaměstnavatelé na vysoce konkurenčním trhu získat nové kvalifikované zaměstnance, které potřebují, musí nacházet nové cesty k jejich náboru. Z hlediska cílů a priorit v HR jsou zaměstnavatelé agilnější než kdykoli předtím. Kromě zaměstnanců na plný úvazek a jiných forem dočasné spolupráce stále častěji



vyhledávají nezávislé externisty (tzv. gig workers) nebo kontraktory.

„Gig workers“ na vzestupu

Podle ManpowerGroup index trhu práce plánují zaměstnavatelé v České republice nadále do konce roku 2023 zvyšovat počet zaměstnanců. To se ale neprojevuje v různých typech pracovních vztahů stejně. V průběhu nadcházejících 12 měsíců totiž plánuje nejvíce zaměstnavatelů (44 %) navyšovat počet nezávislých externistů, kteří budou zajišťovat vybrané úkoly. Gig pracovníci pro společnosti pracují na dočasných, příležitostných nebo projektových úkolech jako nezávislí kontraktori. Zaměstnávání gig pracovníků přináší výhody oběma stranám. Zaměstnavatelé vidí flexibilitu v najímání expertů, snížení nákladů, rychlost a efektivitu. Pro tyto externisty je výhodou svoboda, častá změna, nezávislost na zaměstnavateli a možnost řídit si poměr mezi soukromým a pracovním životem. Díky této spolupráci mají zaměstnavatelé přístup k různorodým kvalifikacím, odborným dovednostem a znalostem, a zároveň tím mohou podporovat inovaci a kreativitu uvnitř společnosti. Zajímavé je, že výrazně méně zaměstnavatelů (33 %) má zájem o nábor pracovníků na živnostenský list, kteří jsou přítomni na pracovišti zaměstnavatele. Může to být i důsledek hledání ještě větší flexibility na obou stranách (zaměstnavatel/zaměstnanec), ale také rostoucích rizik z usvědčení z tzv. švarc systému.

Klíčové soft skills

„V důsledku technologické revoluce, vznikají neustále nové profese, jiné zanikají a náplň většiny profesí se rychle proměňuje. Nejrychleji se v Česku zvyšuje počet zaměstnanců na IT, obchodních a technických pozicích. Zaměstnanost se navíc přesouvá do nových oblastí. Počet zaměstnanců v českém průmyslu již mnoho let stagnuje, ale roste poptávka v sektoru občanských služeb, zdravotnictví, sociálních službách nebo volnočasových aktivitách. Technologie sice zvyšují poptávku po technických dovednostech, ale zároveň s tím rostou i požadavky na měkké, lidské dovednosti, a to dělá nábor vhodných uchazečů ještě náročnějším,“ řekla Jaroslava Rezlerová, generální ředitelka společnosti ManpowerGroup. V tomto průzkumu zaměstnavatelé v ČR uvádějí, že je pro ně nejdůležitější tato oblast: Zodpovědnost a spolehlivost, Komunikace a (týmová) spolupráce, Logické myšlení a řešení problémů, Kreativita a Přizpůsobivost.

„Je potřeba, aby zaměstnavatelé pečlivě zvažili své požadavky na hard a soft skills, tvrdě a měkké dovednosti, které při náboře od kandidátů vyžadují, a zamysleli se nad tím, zda tyto dovednosti mohou nové zaměstnance v rámci on-boardingového procesu naučit. Jako zaměstnavatelé a manažeři se nemůžeme spoléhat na to, že vždy najdeme pravého kandidáta se všemi požadovanými dovednostmi. HR trend je zřejmý – nové i stávající zaměstnance je potřeba rozvíjet a neustále posouvat, aby postupně po-

	Nábor	Retence	Zvyšování kvalifikace a rekvalifikace	Angažovanost
Generace Z (věk 18-26)	23 %	7 %	33 %	29 %
Mileniálové (věk 27-42)	21 %	11 %	32 %	27 %
Generace X (aged 43-58)	16 %	17 %	25 %	26 %
Baby Boomers (věk 59-77)	10 %	14 %	18 %	23 %



žadované dovednosti mohli získat. Více než kdy dříve se tedy u náborů musíme zaměřovat na potenciál kandidátů a jejich schopnost učit se,“ upozornila Jaroslava Rezlerová.

Nevyužití rezervy na trhu práce

Globální nedostatek vhodných kandidátů zaměstnavatele nutí k tomu, aby přehodnotili také svůj přístup k tradičnímu náboru. Trh práce stále nabízí nevyužitý potenciál lidí, kteří nejsou ve výběrových řízeních preferováni, a to obzvláště v ČR, kde snaha manažerů vyjít vstříc lidem s individuálními potřebami je mnohem nižší než v zemích západní Evropy. To se projevuje například v nízké nabídce částečných nebo flexibilních úvazků, diskriminaci lidí v předúchodovém věku atd. Průzkum ManpowerGroup ukázal, že české firmy se ve snaze překonat nedostatek zaměstnanců specificky zaměřují na věkově starší pracovníky, kteří buď hledají nové zaměstnání, nebo chtějí změnit své povolání (36 % zaměstnavatelů). V návaznosti na tuto skupinu jsou lidé, kteří nějakou dobu pečovali o své blízké a nemohli v tomto období pracovat, což jsou nejčastěji rodiče po rodičovské dovolené (28 % firem). Na dlouhodobě nezaměstnané se zaměřuje 25 % zaměstnavatelů. Následují další specifické postupy, jak pracovat s lidmi, kteří nesplňují požadavky na tvrdé nebo měkké dovednosti, případně přichází z jiných oborů a pozic.

Potřeby zaměstnanců napříč generacemi

Zeptali jsme zaměstnavatelů, na co se při zvažování potřeb zaměstnanců v různých věkových

skupinách zaměřují především. U mladších generací se zaměřují hlavně na zvyšování kvalifikace, angažovanost a nábor. Je s podivem, jak málo se firmy věnují jejich retenci, přičemž nároky na častou změnu a sbírání rozdílných zkušeností je pro generaci mileniálů a Z klíčové. U generace X a baby boomers se zaměstnavatelé v ČR zaměřují především v oblasti angažovanosti a rekvalifikace.

Nejdůležitější měkké dovednosti nejmladší a nejstarší generace na trhu práce

Mimo technických, které dovednosti jsou podle zaměstnavatelů pro zaměstnance v každé věkové skupině nejdůležitější? U nejmladší generace si 30 % firem cení učenlivosti a zvědavosti, 26 % komunikačních a týmových dovedností, stejný počet oceňuje kreativitu a 22 % digitální dovednosti. U poválečné generace oceňuje 24 % zaměstnavatelů podporu rozvoje ostatních, sdílení znalosti a schopnost mentorovat, dále zodpovědnost a spolehlivost a 20 % považuje u této generace za nejdůležitější komunikační dovednosti a schopnost spolupráce.

Pro zvyšování produktivity zaměstnanců

O vlivu technologií a umělé inteligence na způsob práce se všude mluví, ale pro růst produktivity zaměstnanců jsou stále podle českých HR manažerů a šéfů firem nejdůležitější jasně stanovené cíle a úkoly. Work-life balance bychom čekali spíše v požadavcích zaměstnanců než v hodnocení produktivity ze strany manažerů. Následuje profesní rozvoj, kultura a uznání. (tz)

Firmy z Pardubicka tvoří 6 % úspěšných exportních případů CzechTrade

K exportu České republiky významně přispívají také firmy z Pardubického kraje. Na celkovém počtu úspěšných exportních případů agentury na podporu obchodu CzechTrade se podílejí 6 %.

Od roku 2018 zpracoval CzechTrade v Pardubickém kraji celkem 1537 zakázek pro 502 firem, nejvíce v roce 2021 (388 zakázek). Mezi země, kam místní firmy směřují své zahraniční aktivity nejčastěji, patří Německo, Kazachstán, Litva, Lotyšsko, Švédsko, Ukrajina a Itálie. Mezi hlavní průmyslové obory exportně zaměřených firem z Pardubického kraje patří plasty a pryž, strojírenství (výroba strojů a techniky), potravinářský

průmysl, obráběné komponenty a konstrukce z kovů. Agentura CzechTrade pomáhá firmám především konzultačním či poradenským servisem přímo v zahraničí, také pořádáním vzdělávacích akcí či poskytováním konzultací přímo v regionu v rámci akce Roadshow, kde ukazuje, jak uspět na zahraničních trzích.

„I přes to, že se Pardubický kraj řadí, co se rozlohy a počtu obyvatel týče, mezi menší kraje České republiky, je zde velký zájem o vývoz na bližší i vzdálenější trhy, o čemž svědčí také celkový počet zakázek. Úspěšné vývozy jsme realizovali zejména u zboží ze segmentu strojírenství, plasty a pryž nebo obráběné komponenty a konstrukce z kovů,“ řekl Vladimír Degťar, ředitel sekce služeb pro exportéry CzechTrade a dodal,

že dalším exportně atraktivním odvětvím je například automotive nebo potravinářství.

Firmy z Pardubic a okolí v současné době nejčastěji vyvážejí do evropských zemí, jako je Německo, Litva, Lotyšsko či Švédsko. Nezaostává ale například ani Kazachstán nebo Itálie. V minulosti se z kraje hojně vyváželo do Ruska, a v současné době se naopak zvýšila hodnota vývozu na Ukrajinu. „Nadále směřujeme firmy na Ukrajinu, která se pro exportéry začala otevírat a kde nyní máme nově kromě Kyjeva také zastoupení ve Lvově. Věříme, že po skončení konfliktu se na její obnovu začnou podílet také firmy právě z Pardubického kraje,“ vysvětlil Vladimír Degťar. V Pardubickém kraji bylo ze strany agentury CzechTrade od roku 2018 zpra-

cováno celkem 1537 zakázek, přičemž firmy mohou využívat individuálních služeb CzechTrade buď z tuzemska, nebo přímo v teritoriu. „Firmám na zahraničních trzích poskytujeme kompletní servis od původní vize po konečný export. Naše individuální služby zahrnují vyhledání obchodních partnerů, ověření zájmu o výrobek nebo dlouhodobou exportní asistenci, která firmám pomůže prosadit se na zahraničním trhu,“ sdělil Vladimír Degťar a doplnil: „Díky našim dlouhodobým zkušenostem a znalostem daného trhu a se firmám spolupráce vyplácí nejenom u samotné realizace, ale také při počátečním vyjednávání. Exportéři rovněž získají drahocenné kontakty, které nadále rozvíjejí.“ (tz)