

Do cílových firem vstupuje fond nejen jako finanční investor



MAM Private Equity Fund SICAV a.s. je otevřený fond

kvalifikovaných investorů zaměřený na akvizice a rozvoj středně velkých ziskových společností (EBITDA na úrovni 25–200 milionů korun) zejména v České republice a sousedních zemích. Založený byl na jaře roku 2023 třemi osobnostmi – Alešem Nykodým, Romanem Sládkem a Janem Novákem, kteří do něj vložili více než 100 milionů korun s cílem dosahovat dlouhodobého a atraktivního zhodnocení prostředků skrze investice do středně velkých ziskových společností.

Do fondu je možno investovat dvakrát ročně. Investorům nabízí příležitost efektivně zhodnocovat svůj kapitál s cílem dlouhodobě dosahovat nadstandardního výnosu oproti tradičním finančním instrumentům. Dlouhodobě se chce zaměřit na segmenty s vysokým růstovým potenciálem, zejména v oblasti technologických služeb, B2B řešení a infrastrukturního businessu. Pozornost ale obecně zaměřuje na všechny individuální příležitosti s unikátním tržním postavením nebo udržitelnou konkurenční výhodou, potenciálem pro další rozvoj a týmem výborných profesionálů. Fond staví na modelu aktivního přístupu – do cílových firem vstupuje nejen jako

Optimismus čerpáme z výsledků i z příběhů lidí, se kterými se potkáváme. Vidíme talentované týmy, které dokážou růst a inovovat i v nejistých časech. Inspirují nás majitelé firem, kteří vybudovali zdravou firemní kulturu a stále hledí dopředu.



Jan Novák, spoluzakladatel a výkonný ředitel MAM Private Equity Fund

finanční investor, ale i jako strategický partner, který pomáhá nastavovat nové obchodní modely. Kromě kapitálu přináší do firem know-how a rozvoj. Jan Novák, spoluzakladatel a výkonný ředitel fondu, se zaměřuje na strategický rozvoj společností, řízení investičních projektů a podporu managementu fondem vlastněných firem při růstu a expanzi. Jeho cílem je budovat dlouhodobě udržitelné firmy, které vytvářejí hodnotu nejen pro investory, ale i pro širší a udržitelnou ekonomiku. Zeptala jsem se ho:

Váš fond je na trhu dva roky. Co se za tu dobu podařilo?

Fondu se podařilo díky naší expertíze a zkušenostem propojit soukromý kapitál s reálnými

podnikatelskými příležitostmi. Vybudovali jsme tak dlouhodobá partnerství investorů s růstovými firmami, tedy s našimi portfoliovými společnostmi. Dnes už máme za sebou konkrétní výsledky – po dvou letech existence jsme dosáhli hranice 440 milionů korun aktiv pod správou, úspěšně integrovali fondem koupené společnosti a rozšířili náš tým, který tvoří deset zkušených odborníků.

Fond odměnil investory, kteří do něj vložili svou důvěru od samotného počátku, více než 30% zhodnocením jejich vkladů. Je to nejen dobrý signál pro investory, ale díky tomu si stojíme velmi slušně i ve srovnání s trhem, a takto jsme vykročili i do dalšího pololetí.

pokračování na straně 4

Nové cenovky v makro ČR: zákazníci uvidí stabilně výhodnou cenu na první pohled

Makro ČR zavedlo od srpna na všech třinácti prodejnách novou podobu regálových cenovek. Tento systém cenového označení vychází z dlouhodobé strategie Stablně výhodná cena a má zákazníkům zejména z řad gastronomie (HoReCa) a maloobchodníků (Traders) usnadnit orientaci a plánování nákupů. Makro nabízí nejširší sortiment potravin v ČR, v průměru zhruba 25 000 položek na prodejně. Z toho je už více než 9200 produktů (36 %) zařazeno do programu Stablně výhodná cena – tedy s cenou, na kterou se zákazník může dlouhodobě spolehnout.

Nové cenovky mají jasné barevné rozlišení:

- bílá – standardní cena
- červená – akční cena
- modro-žlutá – Stablně výhodná cena

Na cenovkách bude zpět zákazníkům požadovaná informace o ceně balení. Cenovky se tisknou přímo v prodejnách přes systém M.Store, což zrychlí proces, sníží chybovost a omezí odpad. „Nové cenovky zákazníkům během několika vteřin ukážou, které produkty mají stabilní cenu a které jsou právě ve slevě. Díky jednoduchému barevnému kódu a přehlednému designu šetříme čas profesionálům z gastronomie i obchodníkům, kteří u nás nakupují pro svůj business,“ řekl Jiří Nehasil, generální ředitel makro ČR.

Makro ČR spojuje dva přístupy k cenové politice – Stablně výhodnou cenu a slevové akce, aby uspokojilo různé potřeby svých zákazníků. Program Stablně výhodná cena je navržen tak, aby poskytl předvídatelnost a stabilitu, což je klíčové zejména pro segment gastronomie a maloobchodu. Krátkodobé slevové akce zůstávají součástí strategie jako nástroj pro podporu sezónního zboží a inspirace pro další zákazníky. „Naší prioritou je nabídnout jistotu i flexibilitu. Stablně výhodná cena je odpovědí na potřebu dlouhodobé stability, zatímco slevové akce přinášejí dynamiku, která rozšiřuje sortiment a oslovuje nové zájemce. Díky této strategii dokážeme reagovat na různé potřeby klientů a zůstat lídrem na trhu,“ vysvětlil Jiří Nehasil a dodal, že makro ČR v letech 2023 a 2024 investovalo do programu Stablně výhodná cena přes 400 milionů korun. Díky programu se více než 98 % profesionálních zákazníků HoReCa a maloobchodu pravidelně vrací pro klíčové produkty.

Makro ČR tímto krokem pokračuje v prozákaznické strategii: místo honby za nejnižší cenou nabízí řešení, která šetří čas, zvyšují efektivitu a pomáhají zákazníkům růst. (tz)

Najdete uvnitř listu

Loni se Prague Convention Bureau podařilo pro Prahu získat 38 asocičních kongresů	3
Zažíváme renezanci české kuchyně	5
Inovátoři a designéři jako nositelé know-how se cení	8
Je nám 35 let a rozrostli jsme se v jeden z největších spolků svého druhu v Evropě	9
Každý z nás je na zemi hlavně pro to, aby žil	11

Čeští spotřebitelé i obchodníci mají lepší náladu

Pozitivní nálada českých spotřebitelů a mírný optimismus obchodníků jsou hlavními zprávami, které zazněly na pravidelné společné tiskové konferenci Svazu obchodu a cestovního ruchu a společnosti NielsenIQ v srpnu v Praze. Vedle výsledků českého obchodu jako celku se letní tisková konference zaměřila na dynamicky rostoucí segment biopotravin.

„Aktuální data jasně potvrzují, že zájem zákazníků o kvalitu i nadále roste. Segment biopotravin je toho ukázkovou ilustrací. Růst prodeje biopotravin výrazně převyšuje ne-bio kategorie a pro obchodníky i pro dodavatele jde o oblast s velkým potenciálem dalšího růstu. Je to také šance, jak dostat na pulty obchodů více výrobků od lokálních producentů, které zákazníci čím dál častěji poptávají a jsou ochotni si za ně připlatit,“ uvedl Tomáš Prouza, prezident SOCR ČR.

„Reálné mzdy Čechů rostly v prvním čtvrtletí meziročně o 3,9 %. Jde o jeden z klíčových faktorů a jeho odraz do reálného spotřebitelského chování je již nyní zřetelný. Zájem o kvalitní produkty, ze-

jména v segmentu potravin a drogistických výrobků, roste,“ sdělil Karel Týra, generální ředitel NielsenIQ pro Česko, Slovensko a Maďarsko.

Tento trend odráží rovněž rostoucí trh s biopotravinami. Jejich hodnotový podíl na celkovém trhu s potravinami je sice jen 1,3 %, meziročně však biopotraviny zaznamenávají růst hodnoty prodeje o 6,5 %, zatímco ne-bio potraviny rostou o 4,7 %. Velkou zásluhu na růstu biosegmentu mají obchodní řetězce aktivní nabídkou biopotravin vlastních značek, které tvoří 66 % prodeje všech biopotravin.

„Přes všechny nejistoty stran ekonomického a politického vývoje vykazuje sektor obchodu dobré výsledky, což je odrazem zlepšující se důvěry našich zákazníků v pokračující růst české ekonomiky a především reálných mezd. Optimismus zákazníků se pak odráží také ve velmi silné motivaci obchodníků investovat do rozvoje svého podnikání. Investice do inovativních řešení, provozních úspor i zlepšování zákaznické zkušenosti se pohybují okolo 20 miliard korun ročně. Retail tak patří mezi největší české investory a tento trend bude i nadále pokračovat, zejména pokud se povede urychlit stavební

řízení a zjednodušit povolovací procesy,“ upozornil Tomáš Prouza.

Vztahy s dodavateli jsou naopak oblastí, která táhne celkovou náladu obchodníků setrvale dolů. Aktuálně jde zejména o vysoké ceny zemědělských produktů, jejichž výrazný nárůst je patrný již od konce roku 2024 a který výrazně převyšuje průměrný růst zemědělských cen v Evropě.

„Rostoucí ceny dodávek českých zemědělců jsou hlavním důvodem toho, proč na tuzemském trhu potraviny meziročně zdražují – v červenci o 5,2 %. Je proto třeba hledat cesty, jak dostat český trh s potravinami zpět do rovnováhy. Zejména musí dojít k navýšení konkurence mezi potravináři. Dovoz ze zahraničí nesmí dusit nesmyslná byrokracie a je potřeba podpořit menší dodavatele, kteří mohou výrazně zlepšit pestrost domácí nabídky. V neposlední řadě je třeba si posvětit na velké nadnárodní dodavatele, jejichž rozbíjení jednotného evropského trhu je mnohdy za hranou férové hospodářské soutěže. Odstranění teritoriálních omezení obchodu je klíčovým úkolem pro české i evropské politiky, jehož splnění povede k nižším cenám v obchodech,“ uzavřel Tomáš Prouza. (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: brixii@iprosperita.cz

Datum vydání: 9. září 2025

PhDr. Eva Brixí-Šímková, šéfredaktorka
mobil: 602 618 008, **e-mail:** brixii@iprosperita.cz

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

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

Korektury: Mgr. Pavla Rožníčková

Grafická úprava: Michal Schneidewind

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

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

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

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

Časopis je v roce 2025 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



www.madambusiness.cz



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

Letní ekonomika

Provozovatelé koupališť se z tohoto léta neradují. Zmrzlináři prý prodali daleko méně porcí, než bývá obvyklé. Netuším, jak počasí zatočilo s chutí grilovat pod širým nebem nebo s vášní pro stanování. Moudří businessmani radí, že je dobré mít pro rizikové případy záložní plán, jak neprodělat kalhoty. Ono se to řekne, ale jak se napít, když není žízeň? **Eva Brixí**

Zaujalo nás

Autisté na trhu práce

V Česku žije zhruba 200 000 lidí s poruchou autistického spektra. Přes 100 000 z nich je v produktivním věku, ale více než 80 % lidí s PAS není ekonomicky aktivních. Oborem, kde nacházejí uplatnění, jsou informační technologie. Podle analýzy Ministerstva práce a sociálních věcí více než 80 % dospělých lidí s PAS nenachází dlouhodobě zaměstnání, ačkoliv často disponují odbornými znalostmi a technickými dovednostmi. „Převážná většina lidí na spektru autizmu je buď ekonomicky zcela neaktivní, nebo aktivní, ale na pozicích, které jsou pod jejich kvalifikací. Hlavním důvodem je to, že jako měřítka obecné kompetence v zaměstnání si zaměstnavatelé cení sociálně-komunikačních dovedností, které mají lidé s PAS oslabené. Činí tak přitom na pozicích i v celých sektorech, kde tyto dovednosti v praxi nejsou stěžejní. Naši klienti jsou nejčastěji zaměstnaní v oblastech administrativy, pomocných prací nebo ve skladech. Specifickou oblastí je sektor informačních technologií, kde bývají nedokonalosti v sociálně-komunikační oblasti hodnoceny mírněji a výsledek práce je relativně dobře měřitelný. Lidé na autistickém spektru tak často pracují na pozicích testerů, vývojářů, programátorů, správců databází, datových analytiků nebo grafiků,“ vyjmenoval Štěpán Hejzlar, ředitel střediska, metodik služby sociální rehabilitace a terapeut Národního ústavu pro autizmus. **(tz)**

Mediální partnerství v roce 2025

1. Soutěž Ambassador kvality České republiky
2. Soutěž Marketér roku
3. Konference Kvalita – Quality 2025
4. Projekt Inspiromat – Klub manažerek
5. Konference Dny kvality 2025
6. Vzdělávací program Manažer kreativity a inovací
7. Konference pořádané Konfederací zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR
8. 1. ročník Československé konference pracovníků z oblasti zdvihacích zařízení
9. Československé setkání Gerneticienne kosmetické značky GERnétic

Redakční rada pracuje ve složení:

- **Jan Wiesner**, čestný prezident Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR
- **Ing. Irena Vlčková**, brand manager FlowBEAUTY s.r.o.
- **Doc. Ing. Rudolf Skuhra, CSc.**, majitel společnosti CONDOR MACHINERY spol. s r.o.
- **Ing. Michal Vaněček, Ph.D., MBA**, ředitel a místopředseda představenstva T-SOFT a. s.
- **Ing. Pavel Ráliš, MBA**, zakladatel značky fin4Business
- **Ing. Hugo Kysilka**, poradce a malíř
- **Ing. Vít Pěkný, Ph.D.**, odborník na problematiku automobilového trhu
- **Prof. Ing. Růžena Petříková, CSc.**, členka 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
- **Mgr. Olga Stanley**, koordinátor aktivit ESG 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.
- **Tomáš Hudera**, majitel firmy HUDERA A SYN s.r.o.

Konica Minolta zrychluje doručování nákupů Rohlik.cz

Největší vozový park v České republice řídí software tuzemských programátorů Konica Minolta. Ta pomohla společnosti Rohlik.cz zvládnout rychlý rozvoj spojený s růstem firemní flotily, zefektivnit její správu a snížit administrativní zátěž. Systém s názvem Fleetman zavedl Rohlik.cz celkem v pěti zemích Evropy, kde působí. Vhodný je nejen pro rozvázkové firmy, ale také pro flotily servisních techniků, společnosti využívající síť lokálních obchodních zástupců či společnosti s větším počtem firemních vozidel.

„Správa našeho vozového parku dříve představovala práci se 150 různými tabulkami. Flotila Rohlik.cz roste každoročně o 20 % a jen v České republice aktuálně čítá přes 2500 vozů. Tento trend by byl v dřívější podobě neudržitelný. Systém Fleetman nám pomohl nejen zefektivnit organizaci a správu vozového parku, ale v konečném důsledku i snížit náklady a zvýšit rychlost a spolehlivost doručování nákupů našim zákazníkům,“ řekl Tomáš Doskočil, Fleet manager Rohlik.cz, a dodal: „Nové řešení nám umožnilo zrychlit přípravu na výjezd o 50 %. Dohledání konkrétního vozu v databázi je pětikrát rychlejší než v minulosti.“

Největší tuzemský online supermarket nyní v ČR řídí v rámci centralizovaného systému od Konica Minolta až čtyři výjezdy každého vozu denně z několika firemních dep. Náklady na administrativu klesly zejména díky rychlejší přípravě reportů, snížením chybivosti a duplicit v evidenci a efektivnějšímu plánování servisu vozidel. „Díky centralizaci dat se nejen výrazně zefektivnil management rozvozu nákupů, ale zkrátila i doba nutná pro zapracování nových zaměstnanců. Například příprava vozidla pro předání novému řidiči je nyní o polovinu rychlejší,“ upřesnil Tomáš Doskočil.

Využívání rozvázkových firem všeho druhu v České republice v posledních letech kontinuálně roste. Rychlost doručování a efektivní využívání vozového parku je přitom logickou konkurenční výhodou, která je pro udržení na trhu a další rozvoj nezbytná.

„Systém Fleetman poskytuje na jednom místě přehledně všechny informace, které pomáhají k lepšímu využití flotily 2500 aut a k rychlejšímu a spolehlivějšímu doručení zakázky. Sleduje mimo jiné například technický stav vozidel, jejich využití, informace o nákladu, vybavení nebo třeba o stylu jízdy řidiče. Oproti běžným systémům se navíc zaměřuje i na prediktivní údržbu vozidel, která bývá často opomíjená,“ popsal Martin Pondělíček, výkonný ředitel Konica Minolta IT Solutions Czech, a doplnil, že systém je vhodný nejen pro rozvázkové společnosti, ale například také pro firmy s flotilou servisních techniků nebo obchodních zástupců.

Systém Fleetman vyvinuli čeští programátoři společnosti Konica Minolta IT Solutions Czech (KMITS), která se pod původním názvem Webcom stala součástí skupiny Konica Minolta v roce 2015. Zaměřuje se jak na vývoj a dodávku vlastních produktů a aplikací, tak i implementaci podnikových informačních systémů Microsoft Dynamics 365. Na obratu české skupiny Konica Minolta se KMITS aktuálně podílí přibližně 25 %.

„Fleetman se již osvědčil nejen v rámci skupiny Rohlik Group, ale například i v Dánsku nebo Rumunsku u zákazníků jako Brinks, LKQ nebo PKP Cargo. Také proto jej japonské vedení považuje za strategický produkt v rámci nabídky ITS řešení Konica Minolta na trzích v Asii či ve Spojených státech. Převzetí společnosti Webcom před deseti lety se tak ukázalo jako jedna z nejpřínosnějších akvizic Konica Minolta v Evropě,“ uzavřel Pavel Čurda, generální ředitel Konica Minolta Business Solutions Czech. **(tz)**

Fio banka navýšila limity pro vklady do bankomatů

Fio banka nově umožňuje klientům využívat vyšší limity pro vklad hotovosti prostřednictvím vlastní sítě bankomatů. V ČR je nyní možné vložit až 350 000 Kč na jednu transakci nebo za den, na Slovensku pak až 15 000 eur.

Novinka umožňuje pohodlné, rychlé a bezpečné vkládání hotovosti kdykoliv během dne. „Tento krok je součástí naší strategie zlepšovat zákaznickou zkušenost. Chceme, aby naši klienti mohli pohodlně a bezpečně spravovat své peníze bez nutnosti osobní návštěvy pobočky. Věříme, že tohle je další krok, jak usnadnit klientům Fio banky správu financí a umožnit jim pohodlně a bezpečně spravovat své peníze kdykoliv,“ komentoval novinku obchodní ředitel Fio banky Jan Bláha. **(tz)**

Partneři www.iprosperita.cz

partner plus:



partneři:



odborní partneři:



Prosperita vás provází děním v businessu už 26 let!

Loni se Prague Convention Bureau podařilo pro Prahu získat 38 asociačních kongresů

Wow
Prague
Convention
Bureau

Oborná setkání světového významu, jež se uskutečňují na půdě české metropole, tak by se dal charakterizovat výsledek práce týmu odborníků z Prague Convention Bureau. Ta přináší naši zemi nejen peníze, ale také rostoucí prestiž. Kongresový průmysl se po chudých covidových letech vrací opět na výsluní a zaznamenává nesmazatelné úspěchy. Potvrdil to v rozhovoru Roman Muška, výkonný ředitel Prague Convention Bureau:

Přiblížil byste vaše letošní aktivity?

Na tento rok jsme naplánovali přibližně 60 rozmanitých aktivit podporujících rozvoj kongresového průmyslu. Patří sem účasti na mezinárodních odborných konferencích, veletrzích, workshopech a dalších B2B setkáních se zahraničními organizátory, kde představujeme Prahu jako ideální destinaci pro pořádání kongresů a konferencí. Součástí programu jsou také networkingové akce, press tripy pro zahraniční novináře a fam tripy pro zahraniční organizátory, kterým v praxi ukazujeme, co Praha nabízí. Naše aktivity se soustředí především na klíčové zahraniční trhy – Velkou Británii, USA a Německo – ale zahrnují i další důležité destinace, včetně Skandinávie, Francie a Latinské Ameriky.

Odehrály se i díky vašemu přispění některé významné akce kongresové turistiky právě v České republice?

Jen v loňském roce se díky činnosti Prague Convention Bureau podařilo pro Prahu získat 38 asociačních kongresů, které se uskuteční v letech 2025–2027. Mezi nejvýznamnější patří World Ophthalmology Congress 2026 s očekávanou účastí 8000 delegátů, World Congress of Psychiatry 2025, jenž letos v říjnu přivítá přibližně 4000 účastníků, a ESOT Congress 2027 (European Society for Organ Transplantation)

s 3500 delegáty. Z již realizovaných nebo blížících se akcí lze uvést například květnové EADV Spring Symposium zaměřené na dermatovenerologii, které přilákalo přes 2000 odborníků, či zářijový kongres ESPEN 2025 Evropské společnosti pro klinickou výživu a metabolismus, kde se očekává účast okolo 5000 delegátů.

Jaké zkušenosti jste získali z 22. ročníku Světového kongresu fetální medicíny, který se odehrál v Praze na přelomu června a července?

Zpětná vazba od organizátorů i účastníků kongresů a konferencí je pro nás vždy velmi cenná – a často i překvapivá. V případě Světového kongresu fetální medicíny, jedné z nejvýznamnějších akcí v tomto oboru, nepřinesla událost jen zásadní přínos v podobě importu špičkového know-how do Prahy a České republiky, ale odhalila i zajímavé organizační aspekty. Jedním z nich byl nečekaně vysoký počet doprovodných osob, které do Prahy dorazily spolu s účastníky. Zatímco samotný kongres přivítal 3000 odborníků, přicestovalo s nimi dalších přibližně 7000 rodinných příslušníků.

Roste zájem pořadatelů podobných velkolepých setkání uspořádat je v Praze či na jiných atraktivních místech České republiky?

Zájem pořadatelů o pořádání velkých akcí v Praze dlouhodobě roste – tento trend přerušilo pouze období pandemie covidu. Věříme, že již letos či v příštím roce bychom se mohli vrátit k výsledkům rekordního roku 2019. V posledních letech si z hlediska počtu akcí i účastníků polepšily také další regiony České republiky. V segmentu mezinárodních asociačních kongresů zaznamenáváme výrazný posun zejména u Brna, které se na tuto oblast začalo cíleně zaměřovat.

Jak si v rozvoji kongresového průmyslu nyní stojí Česká republika v porovnání s ostatními evropskými zeměmi?

Vývoj kongresového průmyslu v České republice můžeme dobře sledovat prostřednictvím



Roman Muška, výkonný ředitel společnosti Prague Convention Bureau

žebříčku Mezinárodní kongresové asociace ICCA, který hodnotí pouze mezinárodní asociační kongresy a konference splňující stanovená kritéria. Česká republika si v tomto hodnocení dlouhodobě udržuje pozici kolem 20. místa na světě a za loňský rok se v rámci Evropy umístila na 14. příče.

Co nám ještě chybí a čím můžeme směle jiným destinacím konkurovat?

Začnu tím pozitivním. Praha dokáže směle konkurovat v několika oblastech – nabízí širokou škálu kongresových prostor, výbornou dopravní dostupnost, a stále i příznivý poměr ceny k místní odbornosti a špičkové kvalitě služeb. Nelze opomenout ani silnou značku našeho hlavního města v tradičním turistickém kontextu – od bohatého architektonického dědictví zapsaného na seznamu UNESCO až po pohostinnost místních obyvatel.

Prostor pro zlepšení tu ale stále je. Patří sem například vyšší investice do podpory kongreso-

vého průmyslu a rozvoj infrastruktury. Dlouho jsme postrádali dostatečně velké výstavní prostory v blízkosti Kongresového centra Praha – což by se našťást mělo brzy změnit. Významným faktorem je také rozšíření počtu a frekvence přímých leteckých spojení s klíčovými destinacemi, a to nejen v Evropě, ale i v USA či hlavních asijských metropolích. Stále chybí i přímé spojení z letiště do centra města.

Na které obory cílíte? Je v hledáčku vašeho zájmu také umělá inteligence, resp. nějaká významná setkání v tomto smyslu?

Naše strategie vychází mimo jiné z Regionální inovační strategie RIS3 pro Prahu, která definuje klíčové obory, na něž by se měla Praha soustředit. Jde o oblasti, v nichž má hlavní město podle našeho názoru i dostupných dat silnou pozici, což může přitáhnout významné odborné akce a konference. Patří sem především vybrané obory z tzv. Life Sciences (vědy o živé přírodě) – například biotechnologie, farmaceutický průmysl či biomedicína. Dále vybraná kreativní odvětví, jako je filmový průmysl, herní vývoj (gaming) nebo umělecký a průmyslový design. Neméně důležitou roli hrají i nové a rychle se rozvíjející technologie, včetně umělé inteligence, robotiky, kosmického a leteckého průmyslu. Právě v těchto oborech, stejně jako v biomedicině, Praha skutečně vyniká a čeští vědci se mohou pochlubit řadou mezinárodně uznávaných objevů.

Nač se vaše společnost chystá v podzimních měsících?

Kromě výše uvedených aktivit dlouhodobě pracujeme na nové vizuální identitě Prague Convention Bureau, která bude vycházet z aktuálního vizuálního stylu Prague City Tourism a města Prahy jako turistické destinace. Sjedením vizuálního stylu chceme přispět k jednotné a konzistentní komunikaci Prahy navenek. Pokud půjde vše podle plánu, výsledky této několikaměsíční práce představíme ještě do konce roku.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí

Cestovní ruch v Česku dál roste, zahraniční hosté se vracejí

Ve druhém čtvrtletí 2025 přijalo tuzemských hotelů, penzionů a dalších hromadných ubytovacích zařízení celkem 6,3 miliónu hostů, kteří zde strávili přes 15 miliónů nocí. Průměrná délka pobytu dosáhla 3,38 dne. Domácí turisté tvořili 53,3 % všech příjezdů, zahraniční hosté 46,7 %.

Nejvíce návštěvníků i přenocování zaznamenala Praha, následoval ji Jihomoravský a Jihočeský kraj. V počtu přenocování se za Prahou umístil Karlovarský a Jihomoravský kraj. Zahraniční návštěvníci přijížděli nejčastěji z Německa (665 000), Slovenska (269 000) a Polska (259 000). Ve větším počtu dorazili také turisté z USA, Velké Británie a Rakouska.

Metropole vede, regiony posilují

Praha si udržuje pozici nejoblíbenější destinace v Česku, ve druhém čtvrtletí přivítala přes 2,2 miliónu návštěvníků, tedy více než třetinu všech příjezdů. Jihomoravský (625 000) a Jihočeský (494 000) kraj se drží na dalších příčkách díky kulturním akcím, vinařskému turizmu nebo třeba přírodním krásám. Karlovarský kraj má nejdelší průměrnou délku pobytu (4,67 dne), což odpovídá jeho lázeňskému charakteru. Kratší pobyty jsou typické pro Jihomoravský kraj (2,88 dne) a Prahu (3,27 dne), kam turisté často míří na prodloužené víkendy.

Vývoj od roku 2012 potvrzuje stabilní růst příjezdů i přenocování napříč Českem, který přerušila pouze pandemie. Návštěvnost se rych-



le obnovila nejen v Praze, ale i v regionech s lázeňskou péčí a rekreačními oblastmi. Zahraniční návštěvníci k nám míří tradičně nejčastěji ze sousedních zemí. Řadu i méně známých tuzemských regionů, včetně lázeňských měst, objevují i turisté z Asie či Blízkého východu. Návštěvníci z Kazachstánu, Izraele a Saúdské Arábie zůstávají nejdéle, zatímco evropští sousedé u nás tráví kratší čas.

Meziroční růst a skokani roku

Oproti stejnému období roku 2024 stoupl počet příjezdů o 5,6 % a přenocování o 6,9 %. Počet příjezdů domácích hostů se zvýšil o 5,1 %, zahraničních pak o 6,2 %. Počet přenocování rostl rychleji v případě cizinců (+8,8 %) než u rezidentů (+5,3 %). Nejvýznamnější procentní nárůst mezi zahraničními trhy zaznamenalo Irsko (+33,6 %), Argentina (+28,6 %) a Japonsko (+23,4 %). Ve srovnání s rokem 2019 dosáhlo výrazného navýšení například Turecko, Řecko a Izrael. „Druhé čtvrtletí potvrzuje, že



Česko láká turisty po celý rok a do všech regionů. Počet příjezdů i přenocování roste u domácích i zahraničních hostů. Tradiční sousední trhy si drží silnou pozici, ale vidíme prudký růst ze vzdálenějších destinací – od Irska přes Argentinu až po Japonsko. Oproti roku 2019 některé trhy výrazně překonávají tehdejší čísla. Růst evidujeme i v méně známých regionech a postupně se opět prodlužuje délka pobytů zahraničních návštěvníků. Naši prioritou je udržet tento pozitivní trend, prodloužit délku pobytů a zvýšit útraty turistů. Mezi nejbonitnější země aktuálně patří Německo, USA, Velká Británie a Itálie. Zároveň cílíme na vzdálené trhy, jako je Čína, Kanada nebo arabské státy,” shrnul ředitel České centrály cestovního ruchu – CzechTourism František Reismüller.

Regionální rozdíly a délka pobytu

Ústecký a Olomoucký kraj zaznamenaly nejvyšší meziroční růst počtu hostů. V délce přenocování vedl Karlovarský kraj s průměrem 4,67 dne, tedy

o více než den nad republikovým průměrem. Na opačném konci jsou Jihomoravský kraj a Vysočina s kratšími pobyty.

Dobry výhled

Pozitivní výsledky z druhého čtvrtletí navazují na růst z počátku roku. „Od ledna do června dorazilo do Česka téměř 10,5 miliónu návštěvníků, strávili v tuzemsku přes 25,6 miliónu nocí. Pokud tento trend přetrvá, může se rok 2025 zařadit mezi nejúspěšnější za poslední dekádu. Rostoucí zájem vzdálených trhů, návrat asijských turistů a stabilní domácí poptávka vytvářejí silný základ pro další rozvoj cestovního ruchu v celé zemi,” řekl František Reismüller.

Hotely jako vyhledávaná volba

Hotely zůstaly ve druhém čtvrtletí 2025 jasnou jedničkou mezi ubytovacími zařízeními – využilo je 4,4 miliónu hostů, tedy 70 % všech návštěvníků. Oproti loňsku si polepšily o 4,1 %, přičemž počet domácích hostů vzrostl o 3,7 % a zahraničních o 4,4 %. Více než polovina hotelových hostů (2,5 miliónu) přijela ze zahraničí. Přenocování v této kategorii se meziročně zvýšilo o 6,1 % na celkem deset miliónů nocí – z toho čtyři milióny připadly na Čechy a šest miliónů na cizince. Stabilní zájem potvrzují i penziony, které hlásí shodný růst počtu hostů i přenocování o 5,6 %. Nejrychleji rostly kempy – meziročně přilákaly o 6,8 % více hostů a počet přenocování se zvýšil o 11,5 %. Růst návštěvnosti zaznamenaly také chatové osady a turistické ubytovny. (tz)

Do cílových firem vstupuje fond nejen jako finanční investor



dokončení ze strany 1

Těchto výsledků dosahujeme díky diverzifikovanému složení portfolia, jehož klíčovou součástí jsou majetkové účasti ve společnostech RAYCOM – value-added distributor komponent pro výstavbu telekomunikačních sítí, a COMGUARD – specializovaný value-added distributor v oblasti kybernetické bezpečnosti. Naše ambice jsou však mnohem větší a věřím, že v blízké budoucnosti vám budu moci představit fungování našeho, v té době již miliardového, fondu.

RAYCOM loni navýšil tržby i zisk a posílil svou pozici v perspektivním odvětví telekomunikací. Pod vedením Tomáše Sutnara se více zaměřil na posílení dodavatelských a odběratelských vztahů, rozšíření regionální působnosti a zvýšení technologické atraktivity nabízených řešení. Správnost provedených kroků potvrdily už výsledky za první pololetí letošního roku, kdy firma pokračuje v růstové trajektorii.

Výborných výsledků dosahuje také společnost COMGUARD, která naplňuje naše růstová očekávání spojená se stoupající poptávkou po implementaci kyberbezpečnostních řešení, kterou mimo jiné významně posiluje i účinnost nového zákona o kybernetické bezpečnosti od podzimu letošního roku.

Jak náročná je akviziční činnost? Co je na ní nejsložitější?

Pokud bych měl použít sportovní terminologii, akviziční činnost připomíná spíše maraton než sprint. Nejtěžší částí totiž není jen najít firmu, která splňuje naše investiční kritéria – tedy že má silný management, zdravou firemní kulturu a prostor pro růst – ale především je nutné vybudovat důvěru mezi námi a prodávajícím. Úspěšná akvizice není jen o číslech v tabulkách, ale také o porozumění motivacím, obavám a vizím druhé strany.

Velkou výzvou bývá samotná fáze due diligence. Čím důkladněji společnost analyzujeme, tím více otázek vyvstává, a tím větší roli hraje otevřená komunikace a schopnost společně hledat odpovědi a případná řešení. Úspěšné dokončení akvizice je ale vždy jen začátek. Nejtěžší a zároveň nejzajímavější je proměnit dohodu na papíře v dlouhodobě úspěšné partnerství s klíčovými manažery kupovaných společností, které dokáže doručit trvalou a rostoucí hodnotu pro investory.

Nejste sami, kdo cílí na firmy, které řeší například nástupnictví. Je váš přístup jiný, než spatřujete u konkurence? Nač jste především vsadili?

Ano, cíleně se zaměřujeme na firmy, které nemají vyřešené nástupnictví, ale nejen na ně. Odlišnost MAM Private Equity Fund spočívá v tom, že jsme otevřený fond bez pevně stanoveného investičního horizontu. Nejsme orientováni na krátkodobý zisk, nepotřebujeme rychle „nafouknout“ výsledky a obratem firmu prodat. Naopak – vsadili jsme na dlouhodobou udržitelnost, organický růst a pokračování v tom, co původní majitelé vybudovali.

Do firem vstupujeme s respektem k jejich DNA, kultuře a hodnotám. Vrcholným manažerům nabízíme možnost majetkového podílu – dáváme tím jasně najevo, že je vnímáme jako partnery a že se s nimi chceme podílet na společném růstu. Pokud se fond v budoucnu rozhodne pro exit, zhodnocení se přirozeně promítne i do prospěchu managementu.

Má český trh určitá specifika, jimiž se odlišuje od situace v jiných evropských zemích? Nebo je otázka generační výměny ve firmách nyní globální problém?

Každý trh má svá specifika, ale otázka generační obměny je nejvíce vidět především ve střední a východní Evropě. Zde se po pádu komunismu otevřel trh a možnosti podnikat, takže v 90. letech zde vznikly tisíce firem, které dnes řeší generační obměnu. Na rozdíl od západní Evropy, kde se podniky dědí už po několika generacích již dlouhá desetiletí, je u nás tato výzva poměrně nová a masivní.

Pokud bych měl zmínit specifika českého trhu, určitě je to větší míra byrokracie a delší schvalovací procesy. Dalším faktorem je i silná citová vazba majitelů k firmám – často hledají nejen kupce, ale i partnera, který zajistí konti-

nuitu a zachová hodnoty, které sami vybudovali. To vše dělá akvizice v Česku náročnější, ale zároveň i osobnější.

Filozofie je jasná – pomoci rozvíjet to dobré, co české firmy v sobě mají a dále to zušlechťovat. Tedy nejen koupit, ale i strategicky řídit, zajistit dlouhodobé podnikání v dobrých číslech. Jak ale sháníte manažery, kteří se této role ujmou, když je po nich tak obrovská poptávka?

V našem fondu se snažíme vybírat takové firmy, kde už silný management působí. Je to pro nás klíčová součást due diligence – vedle finančních, právních a provozních aspektů vždy prověřujeme i to, kdo firmu řídí a s jakou motivací.

Jedna z našich oblíbených otázek na management zní: „Koupili byste si tuto firmu sami, kdybyste na to měli prostředky?“ Pokud je odpověď i na tuto otázku ano, bereme to jako důležitý signál, že kromě potřebných kompetencí a znalostí mají tito lidé i opravdovou víru v potenciál podniku. A právě společnosti s takovými manažery hledáme, s nimi pak chceme fungovat jako partneři, kteří společně firmu posouvají dál.

Nedostatek talentů, nedostatek odvážlivců, kteří na sebe vezmou další osud podniků, to je dnes nejen výzva. V čem nacházíte podnikatelský optimizmus?

Optimizmus čerpáme z výsledků i z příběhů lidí, se kterými se setkáváme. Vidíme talentované týmy, které dokážou růst a inovovat i v nejistých časech. Inspirují nás majitelé firem, kteří vybudovali zdravou firemní kulturu a stále hledí dopředu. A jsme přesvědčeni, že na če-

ském i slovenském trhu je pořád dostatek podniků, kde můžeme přidat hodnotu – nejen kapitálem, ale také zkušenostmi, kontakty a dlouhodobým partnerstvím.

Posláním fondu je vytvořit investiční platformu postavenou nejen na zkušenostech, kapitálu, know-how, ale také na často zmiňovaném partnerství. Co si pod tím lze představit?

Příklad vidíme u manažerů našich portfoliových společností RAYCOM a COMGUARD. Vztah je založený na důvěře, sdílené strategii a respektu k firemní kultuře. Do společností nevstupujeme proto, abychom jí diktovali cestu, ale abychom společně s managementem hledali nové příležitosti pro růst, expanzi a inovace. U firem RAYCOM i COMGUARD se nám díky našim kontaktům,

know-how a aktivní podpoře podařilo přispět k získání dalších zakázek, rozšíření některých tržních segmentů nebo pomoci zlepšit některé provozní záležitosti i tím, že jsme poskytli naše kapacity. Nebojíme se vy-

hrnout si rukávy a aktivně našim společenstvem pomoci stát se silnějšími a odolnějšími v dlouhodobém horizontu.

Budou v hledáčku vašeho zájmu časem třeba i domácí mikrofirmy? To jsou subjekty, o nichž se moc nemluví, jejichž potenciál však existuje, jen ho třeba nedokázaly zatím „prodat“. Ať už je to výrobce marmelád, rohožek, nebo keramických designových hrnečků. Jejich úspěchy i prohry tvoří většinou zakladatel, majitel, obchod se odvíjí od jeho kontaktů, vazeb, ale padá s jeho rostoucím věkem a vším, co stárí s sebou přináší. Jak hodnotíte takové příležitosti?

Takové firmy mohou být zajímavé hlavně díky svému příběhu, originalitě a lokálnímu know-how. Je pravda, že business často stojí na osobě zakladatele – a to je zároveň výzva i příležitost. Většina společností, na které dnes cílíme, vznikla právě z malých nebo rodinných firem.

Pokud se v mikrofirmě potká unikátní produkt s prokazatelnou poptávkou, rozumnou ekonomikou a ochotou zakladatele předat své vědomosti či podílet se na řízení, může se z „malého příběhu“ stát velmi zajímavý investiční projekt. Ne každá mikrofirma splní naše investiční kritéria, ale když se objeví kombinace vášně, kvality a růstového potenciálu, šance tu rozhodně je.

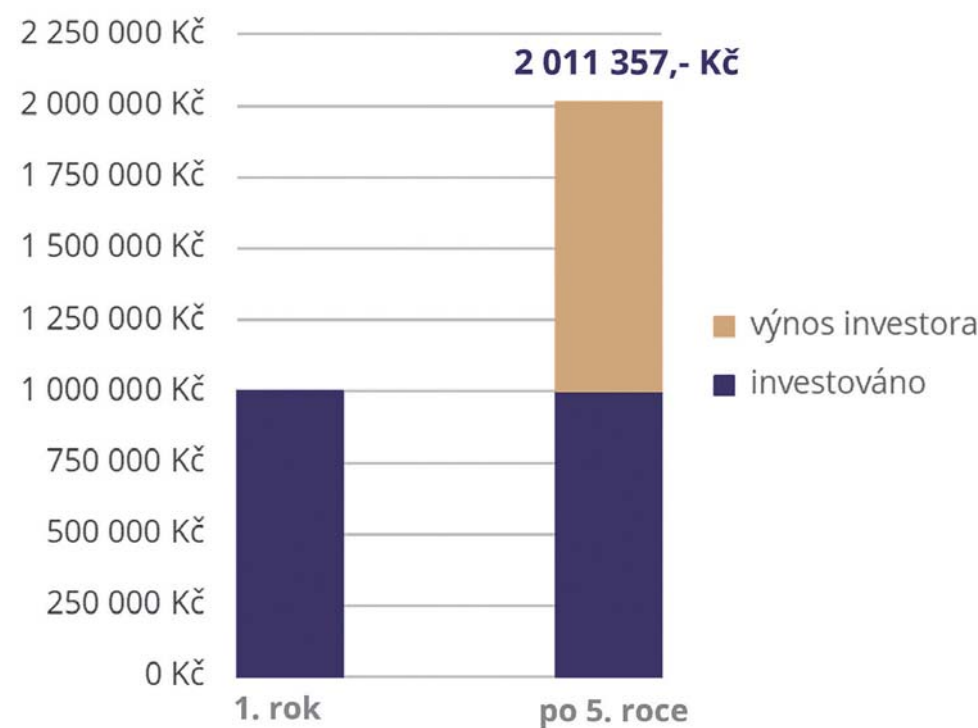
A co business, kterému se věnují ženy v roli majitelek? Lákájí vás i tyto vody? Podnikání žen bývá hodně o vztahu, je to srdeční záležitost, firmy mívají velmi zajímavou image...

Rozhodně ano – firmy vedené ženami jsou pro nás zajímavé nejen kvůli výsledkům, ale i díky jinému pohledu na podnikání, který ženy často přinášejí. U žen podnikatelek často vidíme velký důraz na kvalitu, reputaci a dlouhodobou důvěru – hodnoty, které v MAM Private Equity Fund považujeme za zásadní. Z mé zkušenosti mají tyto firmy často propracovanou značku, cit pro detail a schopnost vnímat potřeby zákazníků v širším kontextu. Pro investora to znamená solidní základ, na kterém lze stavět, a v kombinaci se zdravou ekonomikou a růstovým potenciálem jde o velmi atraktivní příležitost.

Pro nás je klíčové, aby lidé za projektem stáli a věřili jeho hodnotě. A aby důvěřovali nám, bez ohledu na to, jde-li o ženu, nebo muže.

za odpovědi poděkovala Eva Brixl

Model zhodnocení investice ve výši jeden milión korun po pěti letech



Modelový výpočet zhodnocení investice ve výši 1 milión Kč do MAM Private Equity podfond

Předpoklady simulace:

Investovaná částka: 1 milión Kč a Investiční horizont: minimálně pět let

Roční zhodnocení akcií třídy A ve výši 15 % p.a. netto

Bez roční výplaty výnosu – výnosy zůstávají v investici

Z přiloženého grafu je zřejmé, že při naplnění těchto předpokladů dojde po pěti letech k více než stoprocentnímu zhodnocení investice – vložené prostředky se tedy více než zdvojnásobí a po pěti letech si můžete odnést částku 2 011 357 Kč. Navíc, pokud dodržíte minimální investiční horizont, splníte podmínku tzv. časového testu pro osvobození od daně z příjmu. Celkový výnos tak nebude podléhat zdanění.

Zažíváme renezanci české kuchyně



Tomáš Popp, manažer Asociace kuchařů a cukrářů České republiky, v rozhovoru potvrdil, že zažíváme renezanci české kuchyně, a do-

ložil to několika příklady. Potěšilo mne to. Myslím si totiž, stejně jako řada dalších fanů, že typická česká jídla nemají jen neodolatelnou chuť a vůni, ale mnoho dalších lákavých předností. Jsou také velmi spojena s našimi emocemi a svým způsobem se prolínají našimi životy více, než si v běžném denním shonu uvědomujeme. Tvoří součást národní kultury a naší identity, opírají se o ni naše rodinné vazby. Máme být nač hrdi. Ať už jde o knedlíky v mnoha podobách, zeleninu upravovanou na nesčetné způsoby, brambory v roli každodenní pochoutky, nadýchané kynuté koláče stejně jako křehoučké laskonky, které z cukráren nemizí, ale jsou stále žádané. Asociace českou kuchyni systematicky propaguje a dává ochutnat při mnoha příležitostech.

Jak byste charakterizoval dnešní českou kuchyni? Liší se výrazně od té tradiční? Inspiruje se světovými trendy?

Hodně záleží na tom, o jaké úrovni gastronomie se bavíme. Vesnická restaurace bude vařit jinak než například restaurace zařazená v Michelině guide, která bude českou kuchyni definovat naprosto jinak. Možná se potkají v některých chutích, ale technika a kvalita komponentů bude jiná. Přesto bych řekl, že českou kuchyni by měly

charakterizovat kvalitní sezónní lokální suroviny a celkově silnější sepětí se sedláky. Z těchto kořenů pak můžeme nechat růst českou kuchyni postavenou na nám známých chutích, kombinacích. Trochu ji odlehčit, zvýraznit její přednosti a maličko upozadit nešvary s ní spojené.

Vaše asociace jí připisuje poměrně velkou roli a ráda ji propaguje. Co všechno máte koncem roku v plánu v této souvislosti?

Chystáme toho hodně, od workshopů až po naši prezentaci na Expo v Ósace. V červenci jsme českou kuchyni vařili pod vedením Staré gardy kuchařů a cukrářů. S Markem Svobodou (člen představenstva AKC, Gastro studio Bidfood) to bylo krásné české menu – pohankový tatarák, kachní prso s kaštanovou nádivkou a lívance. Japonští i ostatní zahraniční hosté byli nadšeni (prezident ČR, japonská princezna...). Začátkem září tam vysíláme Martina Svatka, který bude připravovat jídla z Plzeňského kraje. Po celou dobu vede restauraci v Českém domě Jan Heřmánek z naší severočeské pobočky. V září budeme vařit českou kuchyni v sexy podání v Bruselu v rámci tamního design eventů v Pražském domě. Národáky trénují na Světový pohár v Lucembursku. V prosinci proběhne opět tradiční soutěž Český kapr. Kapr je přesně ta skvělá česká surovina, kterou když správně uchopíme, nemusí se krčit na jídelních lístcích jen o Vánocích. Samozřejmě frčí Czech Specials.

Má potenciál zaujmout mladší generaci strávníků?

Rozhodně má a také zaujímá. Mnoho bister velmi nápaditě připravuje českou kuchyni



Tomáš Popp, manažer Asociace kuchařů a cukrářů ČR

a chodí na ni především mladší ročníky. Když ji připravíte z kvalitních surovin a trochu sexy, je to fešanda.

Co je na ní zajímavé v porovnání třeba s kuchyní italskou, francouzskou, řeckou?

Jsou to kořeny, ze kterých vyrůstáme, a českou kuchyni si pamtujeme tak, jak ji vařili naše maminky, babičky, dědové. Jsou to chutě dětství. Nechci žádnou kuchyni vyzdvihoval. Nikdo z nás asi nejlépe jen pokrmy jednoho regionu. Já na české kuchyni miluju zpracování vnitřností, koláče, práci s tvarohem, mákem, omáčky, a v neposlední řadě knedlíky a nádivky.

Obsahuje zeleninu a ovoce na váš vkus málo, nebo hodně?

Zeleninu bychom už konečně měli postavit na úroveň masa jako hlavní komponenty pokrmu. Zelenina nemusí být jen příloha. Miluju květák – pečený, smažený, zapékaný... Z mrkve se dají připravovat skvělá jídla. Nebo mladé zelí, to je nádherná surovina. Nebo náš národní poklad česnek. Zelenina a ovoce k české kuchyni prostě patří. Zase se vracíme k sezónnosti. Vařme podle toho, co roste, a z toho pak bude naše kuchyně měnit svoji tvář jako zemědělský rok. Zabývejme se i jednotlivými odrůdami zeleniny

a ovoce. Uchovávejme a rozvíjejme naše tradiční odrůdy zeleniny i ovoce. To je můj pohled.

V nabídce českých hospod a restaurací ale tolik typicky českých pokrmů nenajdeme. Proč? Nebo je to jinak?

To bych ani neřekl. Naopak si myslím, že zažíváme renezanci české kuchyně. Hodně cestuju po naší zemi a i v menších městech najdete skvělé restaurace s krásnou českou kuchyní. Pamatuji si teď naposledy kuře na paprice v bistro Triko v Táboře. Nebo dršťky u Martina Svatka v Mace, na ty se moc rád vracím. Na Božím daru si skočte na parádní plněné knedlíky kachnou do pivovaru Červený vlk. Výbornou českou kuchyni připravují v Rokycanech ve Vile Fittz. Takže celkově mám radost ze stavu české gastronomie.

Projekt Czech Specials, který sdílíte s agenturou CzechTourism, certifikuje, kromě jiného, také gastrozařízení, cukrárny a kavárny, kde se česká jídla vaří, pečou, připravují. Roste počet subjektů, které mají o toto hodnocení zájem?

Káváren a cukráren přibývá. Stále jsme na začátku, ale i tento typ podniků se do rodiny Czech Specials přidává.

Vy sám rád chystáte česká jídla? K jakým příležitostem?

Rozhodně ano a prezentujeme českou kuchyni po celém světě. S kluky ze Staré gardy jsem chystal menu do

Ósaky. Do Bruselu pojedou také s kolegy s českou kuchyní, a to v září i říjnu. Jak už jsem říkal, vnitřnosti jsou moje oblíbená surovina.

Existuje nějaká bližší definice či norma, která by určovala, co je český tradiční recept? Podle čeho vlastně českou kuchyni klasifikovat, rozpoznat?

Definujeme ji historickou kontinuitou. Jídla tradiční jsou připravovaná desítky let. Vaříme je v zásadě ze stejných surovin. Samozřejmě se mění techniky, se kterými pracujeme, ale základ je stále stejný. Postavená jsou na typicky tuzemských surovinách a jsou spojená s konkrétními místy. Opět se vracíme k lokálnosti a sezónnosti. Tu musíme v české kuchyni oslavovat a posilovat.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí



Jak velká je závislost českých zemědělců na dotacích

Nedávno zveřejněný návrh Společné zemědělské politiky pro období let 2028–2034, který předpokládá dramatické snížení evropských zemědělských dotací, logicky vyvolal debatu, jaký dopad mohou mít tyto změny na naše zemědělství. Bohužel řada publikovaných materiálů obsahuje různé nepřesnosti a zkreslení, včetně nesprávné interpretace námi zveřejňovaných údajů. Rádi bychom tedy ještě jednou vysvětlili, co přesně ilustruje námi nedávno publikovaný graf.

Tento graf porovnává tři modelové zemědělské podniky, které se liší velikostí a svým zaměřením. Na srovnání je vidět výrazný rozdíl v míře závislosti na dotacích:

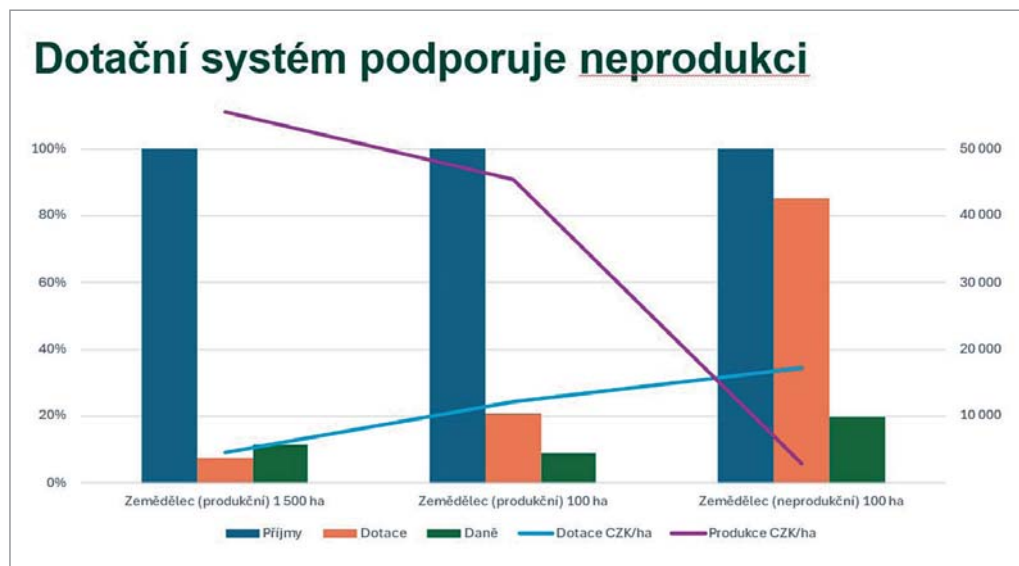
- u zemědělců, kteří se převážně věnují klasické zemědělské činnosti – tedy pěstování plodin a/nebo chovu hospodářských zvířat – tvoří dotace obvykle méně než 10 % jejich obrátu (v případě středně velkých farem), případně do 20 % u menších farem;
- u farem, které se orientují především či téměř výhradně na neproduktivní činnosti (např. plně-

ní environmentálních opatření, krajinnotvorbu, extenzivní pastvu) může být závislost na dotacích extrémně vysoká (až 85 % celkových příjmů farmy).

(Graf je sestaven na základě dat ze tří konkrétních zemědělských podniků, která jsou pro

prehlednost přepočtena na zaokrouhlenou velikost farmy v hektarech.)

Tato situace není výsledkem pochybení konkrétních zemědělců – ti reagují pouze na nastavení systému. Podporu z veřejných zdrojů je totiž třeba vnímat jako společenskou objednávku, kte-



rá podnikatele motivuje k určitému chování. Zemědělský svaz ČR chce tímto srovnáním poukázat především na to, jak národní nastavení podpor v rámci Společné zemědělské politiky (SZP) EU ovlivňuje realitu českého zemědělství. Důležitou otázkou je, podle našeho názoru, zda je současná míra podpory agroenvironmentálních opatření v rámci české agrární politiky dlouhodobě udržitelná – a to zejména v situaci, kdy:

- 40 % českých farem vykázalo v roce 2024 ztrátu nebo nulový zisk,
- návrh nové SZP a víceletého finančního rámce EU na období 2028–2035 počítá s výrazně nižším objemem prostředků na zemědělství,
- a po roce 2035 lze očekávat další zmenšení evropského rozpočtu na zemědělství.

Také proto Zemědělský svaz ČR apeluje, aby Česká republika využila nadcházející programovací období SZP ke strukturálním změnám, které české zemědělství postupně zbaví závislosti na dotacích. Jinými slovy: pokud se chceme připravit na období po roce 2035, musíme začít už dnes.

Martin Pýcha, předseda Zemědělského svazu ČR

Seriál o tom, co každá firma potřebuje

1. díl

Mlčení před bouří: proč se raději o nástupnictví nemluví

Rozhodnutí, které ovlivní nejen vaši firmu, ale i rodinu na generace dopředu



Na první pohled to vypadá, že je všechno v pořádku. Firma funguje, zakázky chodí, zaměstnanci jsou spokojení. Majitel – často zakladatel – je stále plný energie a přesvědčený, že na otázku, kdo jednou převzme řízení, je ještě dost času. Děti? Ty přece vědí, že firma je „rodinná“. Rodiče? Ti nepochybují, že „až to bude aktuální“, všechno si řeknou. A tak se o nástupnictví nemluví. Ani u nedělního stolu, ani na poradách. Až do chvíle, kdy přijde první nečekaná událost.

Právě tahle tichá fáze je často nejnebezpečnější. My v AuDePor jí říkáme Mlčení před bouří. Je to období, kdy se zdánlivý klid v rodinné firmě může během pár měsíců proměnit v největší krizi její existence. Důvod je jednoduchý: absence jasného plánu. Jakmile se do hry dostanou emoce, nejistota a protichůdná očekávání, řeší se vše v časovém presu – a to málokdy vede k dobrému výsledku.

Často vidáme tři typické scénáře. V tom prvním rodiče neřeší nástupnictví vůbec, protože mají pocit, že jsou „nepostradatelní“. Ve druhém se téma otevírá jen mezi čtyřma očima s jedním z dětí – což vede k rivalitě a pocitu nespravedlnosti u ostatních. A ve třetím případě se sice o předání mluví, ale chybí konkrétní kroky a časový plán. Všechno končí v mlhavé představě „někdy v budoucnu“. Když se k tomu při-



Jaroslav Jaroměřský a Lukáš Musílek

dají rozdílné ambice a schopnosti jednotlivých členů rodiny, situace se rychle komplikuje. Rodiče mohou mít ideu, že firmu převzme oba sourozenci „napůl“. Jenže jeden z nich má o firmu skutečný zájem, druhý v ní vidí spíš jistotu příjmu. A co hůř – o tom všem se mluví až ve chvíli, kdy se zakladatel rozhodne odejít nebo když si to vynutí zdravotní situace.

Co se tedy stane, když se o nástupnictví nemluví? Především se ztrácí možnost připravit

všechny zúčastněné na jejich nové roli. Přechod je pak chaotický, plný nedorozumění a konfliktů. A firma v tu chvíli ztrácí nejen čas, ale i hodnotu. Místo aby rodina měla prostor připravit hladký přechod, řeší krizové scénáře.

Z praxe víme, že první krok je často nejtěžší – vůbec to téma otevřít. Proto doporučujeme začít u jednoduchých otázek: Jak si představujete, že bude firma fungovat za pět let? Kdo by měl mít rozhodovací pravomoci? A jaké role chtějí

po předání zastávat samotní zakladatelé? Odpovědi nemusí být hned konečné. Důležité je, že se o nich začne mluvit.

Tipy AuDePor:

1. Určete si pevné datum, kdy téma nástupnictví otevřete – a dodržte ho.
2. Přizvěte k debatě i ty členy rodiny, kteří nejsou ve firmě aktivní – jejich pohled může být překvapivě cenný.
3. Začněte malými kroky – třeba vyjasněním vize a očekávání, než se pustíte do právních a finančních detailů.

Mlčení před bouří je zrádné právě proto, že na první pohled vypadá bezpečně. Ale každá rodina, která si prošla krizí kvůli odkládanému nástupnictví, by potvrdila, že by dnes raději mluvila dřív.

Na LinkedIn od začátku září běží náš patnáctidílný seriál o Nástupnictví v rodinných firmách – každé úterý nový díl až do prosince. Takže kdo máte zájem, podívejte se na náš účet nebo webovou stránku:

- www.linkedin.com/company/93823684/admin/dashboard
- www.audepor.cz/blog

V říjnovém díle našeho seriálu na stejném místě v Prosperitě se podíváme na další zásadní dilema v nástupnictví: prodat firmu, nebo pokračovat dál?

Jaroslav Jaroměřský a Lukáš Musílek,
jednatelé firmy AuDePor
www.audepor.cz

Češi chtějí pracovat spíš v kanceláři, v menší soukromé firmě

Skoro trojnásobek zaměstnanců dá přednost práci v menší firmě než velké korporaci, vyplývá z reprezentativního průzkumu personální společnosti Předvýběr.CZ, pro který data sbírala agentura Talk Online Panel.

Korporaci si vybralo sotva 12 % účastníků průzkumu, kdežto menší firmu třetina. „Zajímavé je, že výrazně větší zájem o práci v korporacích mají obyvatelé Plzeňska, kde je to každý čtvrtý“, zmínil František Boudný, ředitel Předvýběru.CZ. Naopak větší popularitu malých zaměstnavatelů hlásí lidé na Liberecku (55 %) a Zlínsku (52 %). Rozdíl mezi online a offline firmou v tuzemsku

není velký – 23 % lidí radši pracuje v kanceláři, zatímco téměř 21 % dotázaných upřednostňuje práci „na dálku“. Větší je rozdíl mezi veřejným a soukromým sektorem. Stát, veřejné instituce nebo neziskovky upřednostňuje 17 % lidí, přičemž téměř 24 % zaměstnanců dává přednost soukromé firmě.

Průzkum také ukázal popularitu rodinných firem, které preferuje 14 % respondentů. Pro živnostníka radši pracují jen necelá 2 % lidí, ale téměř 13 % dotázaných uvedlo, že radši pracují sami na sebe.

Data pro reprezentativní průzkum sbírala agentura Talk Online Panel na vzorku 500 pracujících ve věku 18–59 let. (tz)

Se kterým z následujících tvrzení souhlasíte?

(dotazovaní mohli vybrat více odpovědí)

23 %	radši pracuju v offline firmě (převážně v kanceláři nebo na jiném pracovišti)
20,8 %	radši pracuju v online firmě (převážně prostřednictvím internetu, mobilního telefonu nebo jinak „na dálku“)
17,4 %	radši pracuju ve veřejném sektoru (státní a veřejné instituce a podniky nebo neziskovky)
23,6 %	radši pracuju v soukromé firmě
11,6 %	radši pracuju ve velké korporaci
32,6 %	radši pracuju v menší firmě
14 %	radši pracuju v rodinné firmě
1,8 %	radši pracuju pro živnostníka
12,8 %	radši pracuju sám na sebe

Třetina organizací nesplnila požadavky zákona o whistleblowingu

Oznamování protiprávního jednání ve firmách a dalších institucích, takzvaný whistleblowing, je významným nástrojem prevence takového jednání. Současně posiluje etiku a důvěru uvnitř organizací. Celá třetina firem však ještě rok poté, co zákon o whistleblowingu nabyl účinnosti, nedokázala splnit své zákonné povinnosti. Problémy se nejčastěji týkají nedostatečného, či dokonce chybějícího vnitřního oznamovacího systému. Pokulhá však i právní ochrana whistleblowerů.

Před dvěma lety, 1. srpna 2023, nabyl účinnosti zákon o ochraně oznamovatelů, jehož cílem je chránit oznamovatele protiprávního jednání ve firmách či jiných soukromých i veřejných institucích – takzvané whistleblowery – před represemi, diskriminací či právním pronásledováním ze strany jejich zaměstnavatelů. Zákon vybraným subjektům například ukládá povinnost

zavést efektivní vnitřní oznamovací systém a zabezpečit řádnou ochranu oznamovatelů. Povinnost zřídit vnitřní oznamovací systém se týká všech zaměstnavatelů s více než 50 zaměstnanci, dále pak veřejných zadavatelů, orgánů veřejné moci a některých dalších subjektů, jako jsou poskytovatelé finančních služeb nebo subjekty podléhající režimu AML.

Ministerstvo spravedlnosti ČR, jež má problematiku ochrany oznamovatelů ve své gesci, však ve své výroční zprávě za rok 2024 poukázalo na fakt, že převádění zákonných povinností do praxe pokulhá. V rámci své kontrolní činnosti ministerstvo provedlo dvoufázovou kontrolu v celkem 230 subjektech s cílem zjistit, zda zavedly vnitřní oznamovací systém a zveřejnily zákonem předepsané informace. První fáze této kontroly odhalila, že 33 % subjektů zákonné povinnosti nedodrželo. V druhé fázi pak byly nedostatky zjištěny u bezmála poloviny kontrolovaných subjektů. Firmy a další instituce

pochybily například tím, že zveřejňovaly neúplné informace o vnitřním oznamovacím systému, případně zveřejnily pouze odkazy na systémy jiných subjektů. U některých nebylo možné oznamovací systém dohledat vůbec.

Výsledky výroční zprávy však ukazují i na mnohem více alarmující zjištění, a to na nízkou účinnost právní ochrany whistleblowerů v praxi. Zpráva dokládá hned 13 případů odvety vůči oznamovatelům – typicky v podobě rozvázání pracovního poměru, přeložení na jinou pozici, odvolání z funkce, ale také šikany a bossingu –, pokuta však byla uložena jen jedinému subjektu.

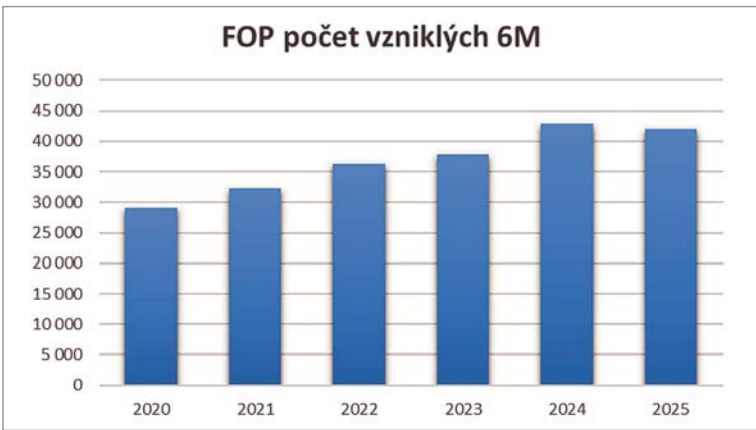
„Whistleblowing je přitom klíčovým nástrojem prevence protiprávního jednání i jeho odhalování, rovněž však slouží k posilování etiky a důvěry uvnitř organizací. Měl by tak být přirozenou a plnohodnotnou součástí interního kontrolního mechanismu každé organizace,“ podotkla Anna Kevorkyan, CEO pracovního portálu JenPráce.cz, s tím, že právě proto je dů-

ležitá, aby organizace nejen splňovaly minimální zákonné požadavky, ale také aby budovaly firemní kulturu, v níž budou zaměstnanci motivováni k etickému jednání a nebudou se bát ozvat se. „Whistleblowing by tak firmy neměly brát jen jako pouhou formální položku na seznamu zákonem daných povinností. Měly by ho přijmout jako svou integrální součást a ukázat svým zaměstnancům, že oznamování má smysl a je pro ně bezpečné,“ dodala Anna Kevorkyan.

Abby zaměstnavatelé dostali legislativním požadavkům, doporučují odborníci zkontrolovat a opravit zveřejněné informace a nechat si vnitřní oznamovací systém externě otestovat. Taktéž je důležité, aby byl oznamovací systém provázán s pravidly pro ochranu osobních údajů, bezpečnostními postupy v oblasti kyberbezpečnosti či s pravidly pro prevenci praní špinavých peněz a financování terorismu. Značný význam má i pravidelné školení jak zaměstnanců, tak klíčových osob ve firmě. (tz)

V roce 2025 se u nás obnovil růst počtu podnikatelů

V prvním pololetí letošního roku začalo v Česku podnikat 42 060 lidí, což je oproti stejnému období loňského roku o 2 % méně. Výrazně klesl počet zaniklých fyzických osob podnikatelů, a to na 26 945. Meziročně je to pokles o 45 %. Na trhu tak jen za prvních šest měsíců přibýlo 15 115 podnikatelů. Je to více než v letech před zavedením povinnosti pro podnikatele mít datovou schránku. Vyplývá to z analýzy, kterou provedla společnost CRIF – Czech Credit Bureau na základě dat portálu www.informaceofirmach.cz.



„V posledních dvou letech počty zaniklých podnikatelů výrazně ovlivnilo povinné zavádění datových schránek. Nyní se jejich počty vracejí k hodnotám před rokem 2023. Ještě v minulém roce v prvním pololetí převažoval počet zaniklých podnikatelů nad těmi, kteří činnost nově zahájili. Naopak v letošním prvním pololetí byl čistý přírůstek nejvyšší za první pololetí od roku 2012, kdy v Česku přibýlo přes 17 500 podnikatelů. Vliv povinných datových schránek na počty zaniklých podnikatelů tímto odezněl,“ řekla Věra Kameníčková, analytička společnosti CRIF – Czech Credit Bureau.

Počet podnikatelů se zvýšil ve všech krajích
Oproti předchozímu dvěma letům došlo k obratu v trendu. V době povinného zavedení datových schránek řada podnikatelů ukončila činnost. Mnozí proto, aby se této povinnosti vyhnuli. Jednalo se zejména o ty podnikatele, kteří své oprávnění podnikat nevyužívali. Loni v prvním pololetí i v průměru za celý rok připadlo na deset zaniklých podnikatelů devět nově vzniklých, letos za první šest měsíců na deset zaniklých připadlo 16 nových fyzických osob podnikatelů. V červnu podnikatelskou činnost dokonce za-

hájilo dvakrát více lidí, než ji ukončilo. V prvním pololetí podnikání zahájilo 7906 osob se sídlem v Praze, což představuje téměř pětinu všech nových podnikatelů. Druhý nejvyšší počet byl ve Středočeském kraji (5679), na třetím místě byl Jihomoravský kraj (4662). Více podnikatelů, než v loňském prvním pololetí vzniklo pouze ve dvou krajích. V Olomouckém kraji činnost zahájilo 2150 podnikatelů, meziročně o 4 % více. Stejně (o 4 %) se zvýšil počet nově vzniklých podnikatelů v Karlovarském kraji, kde jich bylo 967. V ostatních krajích se počet vzniklých podnikatelů meziročně snížil, nejvýrazněji ve Zlínském kraji, kde jejich počet klesl o 5 %.

Ve Zlínském kraji se zároveň nejvíce snížil počet zaniklých podnikatelů za prvních šest měsíců letošního roku, a to o 57 % na 1193. O více než polovinu klesl počet zaniklých podnikatelů také v Libereckém kraji, kde se jejich počet snížil o 52 % na 1131. Podobná situace byla v Karlovarském kraji, kde počet zaniklých podnikatelů klesl meziročně o 49 % na 2700. V prvním pololetí nejvíce lidí ukončilo podnikání v Praze (4239), kde se počet zaniklých podnikatelů meziročně snížil o 36 %, což je nejméně ze všech krajů a výrazně pod celorepublikovým průměrem. V hlavním městě ve výsledku přibýlo 3667 pod-

nikatelů, což je 24 % z čistého přírůstku za celou ČR. Celkový počet podnikatelů se v prvním pololetí letošního roku po dvouletém poklesu opět zvýšil, a to ve všech krajích.

Nejvíce lidí začalo podnikat ve stavebnictví

Za prvních šest měsíců letošního roku začala s podnikáním nejvíce lidí v oboru stavebnictví (6049), druhý nejvyšší počet byl ve zpracovatelském průmyslu (5034) a na třetím místě byly profesní, vědecké a technické činnosti (4836). Nejvíce se oproti loňskému prvním pololetí zvýšil počet nově vzniklých podnikatelů v oboru doprava a skladování (o 8 %). Ve stavebnictví se zvýšil o 7 %. Nejvýrazněji se počet podnikatelů, kteří vstoupili na trh, snížil v oboru ostatní činnosti, mezi které se řadí například služby jako kadeřnictví, kosmetika nebo opravy výrobků. Meziročně klesl o 40 %.

V prvním pololetí se nejvíce podnikatelů, kteří ukončili činnost, věnovalo obchodu (5446), dále stavebnictví (4667) a zpracovatelskému průmyslu (3427). Jediným odvětvím, ve kterém se počet zaniklých podnikatelů oproti loňskému prvním pololetí zvýšil, bylo peněžnictví a pojišťovnictví. Jejich počet se zvýšil o 27 % na 502.

Nejrychleji přibývají podnikatelé ve věku od 18 do 30 let

V loňském a letošním roce se zvyšuje podíl zaniklých podnikatelů ve věkové skupině od 18 do 30 let. Letos tvořila 14 % ze všech fyzických osob podnikatelů, kteří ukončili činnost. V minulém roce byl podíl této věkové skupiny poloviční. V letech 2022 a 2023 tvořila jen 2 % z celkového počtu. Na deset zaniklých podnikatelů v této věkové skupině za prvních šest měsíců letošního roku připadlo 57 lidí, kteří podnikatelskou činnost zahájili.

V loňském roce to bylo ještě více. Jde o věkovou skupinu podnikatelů, jejichž počet roste nejrychleji. Naopak starších podnikatelů ubývá, a to již delší dobu. U podnikatelů ve věku 51 let a více počet zaniklých značně převažuje nad počtem vzniklých.

Letos se výrazně zvýšil podíl lidí, kteří v roce zániku podnikali méně než šest let. V prvním pololetí se tato skupina na počtu zaniklých podnikatelů podílela 26 % a patřilo do ní 6916 lidí. V roce 2024 byl podíl této skupiny poloviční. Více lidí bylo pouze ve skupině, která v době zániku na trhu působila 31–35 let. Na počtu zaniklých podnikatelů se rovněž podílela 26 % představujícími 7075 osob. (tz)

České e-shopy využívají internetová tržiště ve velkém, spokojenost s nimi je ale nízká

Více než polovina českých a slovenských e-shopů prodává své zboží přes některý marketplace, který působí na lokálním trhu. A další se na to chystají. Jenže zkušenosti těch, kteří tuto cestu už vyzkoušeli, jsou velmi rozpačité. Podle aktuálního průzkumu realizovaného společností Seyfor (tvůrce systémů jako Vario nebo Money ERP) ve spolupráci s renomovanou agenturou B-inside vykazuje celý segment extrémně nízké hodnocení spokojenosti – NPS dosahuje hodnoty -71. Pro 70 % e-shopů navíc tržby z marketplaces nepřesáhnou 10 % z celkového obrátu.

Většina oslovených e-shopů všech velikostí využívá jeden nebo více aktuálně dostupných marketplaces. Střední i velké e-shopy vyu-

žívají velmi podobně rovnoměrně Heureka a Alzu/Mall/Allegro/Kaufland. Průzkum ukázal překvapivou skutečnost, že i malé

e-shopy využívají marketplace platformy v hojně míře.

Čeští obchodníci obecně vnímají marketplaces jako další vhodný kanál, kde oslovit nové zákazníky a zviditelnit se. Proto již 54 % e-shopů marketplace aktivně využívá a dalších 14 % ho plánuje nasadit.

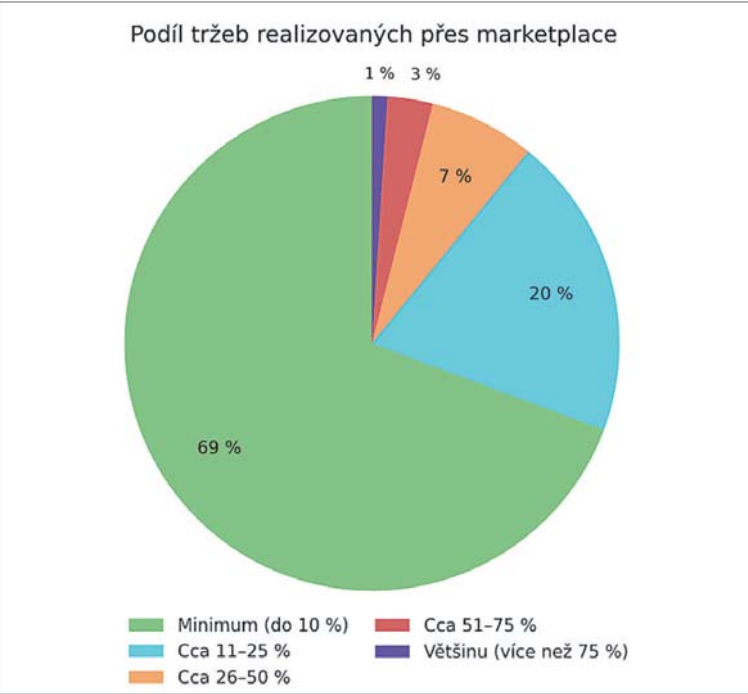
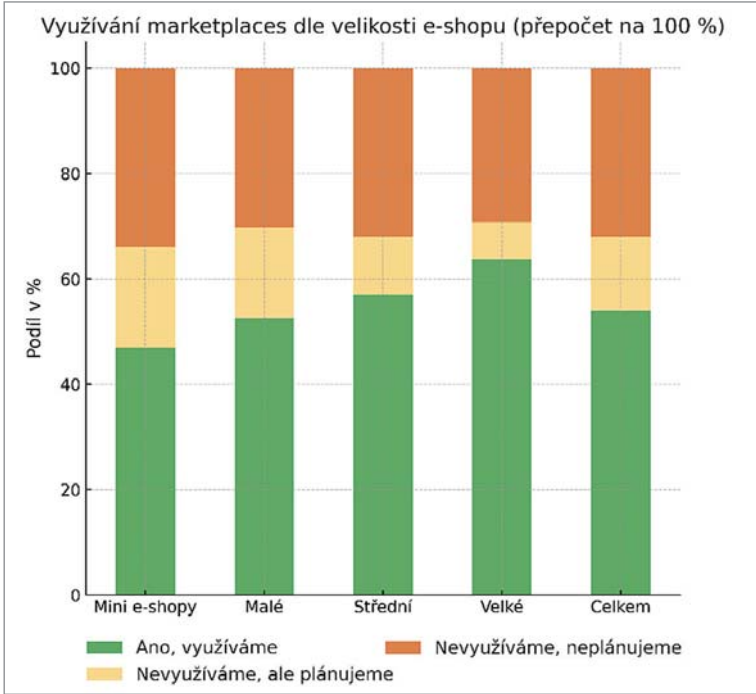
„Náš průzkum ukázal zvláštní paradox. Jen kolem 30 % e-shopů všech velikostí na marketplaces není ani o nich neuvažují. Na druhou stranu e-shopaři, kteří již přes marketplace prodávají, by tuto zkušenost většinou

ostatním nedoporučili. Ačkoli je využití marketplace platform rozšířené, důvěra v tento kanál zůstává nízká. Na základě svých zkušeností vnímají e-shopy ve většině případů nízkou přidanou hodnotu tohoto prodejního kanálu. Jedním z hlavních důvodů je bezpochyby omezená kontrola nad formou oslovení zákazníků i nad samotným prodejem založeným mnohdy čistě na cenovém srovnání bez ohledu na další přidané hodnoty obchodníka,“ zhodnotil výsledky průzkumu Tomáš Komárek, ředitel Money ERP a Vario ve společnosti Seyfor.

Hlavním důvodem tohoto rozčarování je bezpochyby výše obrátu, který přes marketplace obchodníci uskuteční. Na 70 % všech respondentů totiž realizuje touto cestou méně než 10 % svého obrátu. To u nich vyvolává otázky hodnoty vynaloženého úsilí a investic.

„Marketplace platformy dávají e-shopům rychlý přístup ke koncovým zákazníkům, ale za cenu složitějšího prostředí a výrazně nižší kontroly nad obchodem. Cílem průzkumu o stavu českého e-commerce trhu bylo najít nejlepší cestu k tomu, jak optimalizovat pro provozovatele e-shopů všech velikostí naše systémy Vario a Money ERP. Závěr je zřejmý – další implementaci a zjednodušení vstupu na marketplaces budeme v systémech rozvíjet, protože trh poroste. A to přesto, že většina e-shopů prodává aktuálně touto cestou minimum své produkce,“ dodal Tomáš Komárek.

Průzkum byl proveden v roce 2025 mezi provozovateli e-shopů různé velikosti (od mini až po velké). Účastnilo se jej více než 430 respondentů z Česka a Slovenska. (tz)



Inovátoři a designéři jako nositelé know-how se cení



ÚŘAD
PRŮMYSLVÉHO
VLASTNICTVÍ

Duševní vlastnictví firem a jeho efektivní ochrana hrají klíčovou roli v podpoře inovací, technického pokroku a hospodářského rozvoje. Na podporu a zviditelnění výjimečných přínosů v této oblasti se každoročně udělují prestižní ocenění vynálezům, designérům a tvůrcům, kteří prostřednictvím svých nápadů pozitivně ovlivňují společnost. Níže přinášíme přehled nejvýznamnějších ocenění v této oblasti a rádi bychom povzbudili české firmy, individuální vynálezce či designéry, aby se neváhali do těchto soutěží hlásit. Konkrétní příklady ukazují, že české subjekty jsou v této oblasti konkurenceschopné a mohou se ucházet o nejvyšší ocenění. V Úřadě průmyslového vlastnictví jsme připraveni všem případným zájemcům pomoci s nominací.

European Inventor Award – Evropské ocenění pro vynálezce

Evropský patentový úřad (EPO) již od roku 2006 uděluje každé dva roky ocenění European Inventor Award, které oslavuje vynálezce a výzkumníky, jejichž technická řešení přispěla k rozvoji vědy, průmyslu i společnosti. Ocenění je udělováno v několika kategoriích, včetně průmyslu, výzkumu, malých a středních podniků, nezávislých vynálezců a životního díla. Nominováni mohou být jednotlivci i týmy ze všech koutů světa, jejichž vynálezy jsou chráněny evropským patentem.

Nominace je možné podávat vždy do konce září. Panel složený ze zaměstnanců EPO následně vybere ze všech přihlášek, kterých bývá několik set, 50 nejlepších kandidátů. Mezi nimi



potom vybírá odborná porota, složená z finalistů minulých ročníků, finalisty a vítěze. Česká republika zatím na svého finalistu či vítěze čeká. Mohlo by se to změnit již v roce 2026, nominace je možné podat do konce letošního září.

Young Inventors Prize – Cena pro mladé vynálezce

Od roku 2022 uděluje EPO také Young Inventors Prize, která je zaměřena na mladé inovátory do 30 let. Ocenění podporuje mladé tvůrce, jejichž nápady a řešení se soustředí na cíle udržitelného rozvoje Organizace spojených národů, jako je například zlepšení zdraví, vzdělání, životního prostředí nebo rovnosti. Tato cena s sebou nese finanční ohodnocení až 15 000 eur, ale má především symbolický význam jako uznání mladé generace inovátorů. Ocenění je udělováno každé dva roky, střídá se s European Inventor Award. Příští kolo se uskuteční v roce 2027 a doufáme, že se některému z mladých českých inovátorů podaří v něm uspět.

DesignEuropa Awards – Ocenění za design

Úřad Evropské unie pro duševní vlastnictví (EUIPO) v současnosti již každoročně organizuje DesignEuropa Awards, které oceňují výjimečné počiny v oblasti designu. Podmínkou je, aby byla nominovaná designéřská řešení chráněna zápisem do rejstříku průmyslových vzorů EU. Ocenění se uděluje ve třech kategoriích: průmysl, malé a začínající podniky a životní dílo. Cílem je upozornit na význam designu jako nástroje inovace a konkurenceschopnosti.

Nominace je možné provést online vždy v období od listopadu do února. Finalisty, a následně i vítěze vybírá odborná porota složená z odborníků z oblasti designu, podnikání a práv duševního vlastnictví.

Slavnostní ceremoniál předávání cen se koná vždy v září v některém z evropských měst, letos se uskuteční v Kodani. Loni, kdy byly DesignEuropa Awards předávány v Rize, se mezi finalisty v kategorii průmysl umístila i česká firma Linet s nemocničním lůžkem Essenza 300 LT, která nakonec ve své kategorii získala i celkové vítězství. Věříme, že se brzy podaří na tento úspěch navázat dalším českým subjektům.

WIPO Global Awards – Globální ocenění WIPO

Světová organizace duševního vlastnictví (WIPO) každoročně uděluje WIPO Global Awards, jež jsou určena podnikatelům z celého světa, kteří efektivně využívají systém ochrany duševního vlastnictví (patenty, ochranné známky, průmyslové vzory apod.) jako součást své obchodní strategie. Cílem ocenění je podpořit malé a střední podniky, které prostřednictvím inovací a kreativních řešení přispívají k udržitelnému rozvoji a mezinárodní konkurenceschopnosti.

Vítězové získávají na míru sestavený mentorský program. Ten je navržen tak, aby oceněné společnosti dále podpořil na jejich cestě ke komercializaci inovací a podnikání, jehož nedílnou součástí je efektivní užívání systému

ochrany duševního vlastnictví a získávání nových finančních zdrojů.

Invent Arena

Každé dva roky se v Třinci koná mezinárodní výstava technických novinek, patentů a vynálezů. Vystavovatelé, kteří mají zájem zúčastnit se této akce v červnu 2026, mají od letošního září možnost registrovat se a přihlásit své vynálezy a inovace do jedné ze soutěžních kategorií. Na minulém ročníku v roce 2024 se v Třinci sešlo téměř 60 vystavovatelů ze 14 zemí.



Jde o zajímavou akci, která umožňuje účastníkům nejen účast v soutěži vynálezů a inovací, ale i prezentaci vlastních aktivit před rozmanitým publikem. Veletrh v roce 2024 navštívilo více než 9000 návštěvníků.

Kromě prezentace vynálezů a technických novinek čeká na návštěvníky Invent Areny i bohatý doprovodný program, přednášky, panelové diskuse s odborníky a interaktivní zábava. Přítomni budou i odborníci z Úřadu průmyslového vlastnictví, kteří všem rádi poradí, jak správně nakládat se svým nehmotným majetkem.

Jana Engelová Pavková,
Úřad průmyslového vlastnictví



Velký krok: spojením SOLIDSUN a SOLARINVEST vznikl nejsilnější dodavatel energetických řešení v Česku

Dvě dceřiné firmy Pražské energetiky, Skupina SOLIDSUN, a. s., a SOLARINVEST – Green Energy, s. r. o., se v červenci 2025 spojily do jedné společnosti. Fúze dvou významných a silných tuzemských hráčů v oblasti fotovoltaiky, tepelných čerpadel a klimatizací tak výrazně posiluje postavení Skupiny PRE na trhu energetických služeb. Tím také vznikl největší dodavatel komplexních energetických a ekologických řešení s působností po celé České republice.

„Dlouhodobě vnímáme rostoucí zájem o efektivní využití energie nejen ze strany domácností, ale také firem. Spojením SOLIDSUNu a SOLARINVESTu vzniká silný tým s hlubokým know-how, vlastními vývojovými kapacitami a schopností realizovat ročně tisíce instalací fotovoltaických elektráren, tepelných čerpadel, bateriových systémů nebo klimatizací,“ řekl generální ředitel Pražské energetiky Pavel Elis.

Skupina PRE provedla akvizici SOLIDSUNu na podzim roku 2024. Nyní dochází k formálnímu propojení se společností SOLAR-

INVEST, která pod Skupinu PRE patří už od roku 2018. Nástupnická společnost bude vystupovat pod novým názvem PREsolidsun, s. r. o.

Obě sloučené společnosti působí na trhu energetických služeb více než 12 let. Během této doby realizovaly desetitisíce projektů pro domácnosti, bytové domy i průmyslové podniky. Díky synergiím know-how, realizačních týmů, technického zázemí a zákaznické péče bude PREsolidsun schopna nabídnout ještě vyšší úroveň služeb, flexibilitu a inovace v energetice. To vše se navíc opírá o silnou mateřskou skupi-

nu PRE, která je jedním z největších uskupení na českém energetickém trhu s bezmála 130letou historií a tradicí.

„Spojení se SOLARINVESTem je logický krok. Vznikla silná společnost s rozsáhlými zkušenostmi, moderním technologickým zázemím a jasnou vizí. Naším cílem je být partnerem číslo jedna pro každého, kdo chce mít energii pod kontrolou – ekologicky, úsporně a spolehlivě,“ uvedl Martin Palarčík, předseda představenstva původní Skupiny SOLIDSUN, a. s., a nově předseda rady jednatelů PREsolidsun, s. r. o.

Značky se mění, ale pro zákazníky zůstává vše důležité zachováno – včetně platných smluv, servisní podpory i obchodních zástupců. Společnost PREsolidsun bude i nadále zajišťovat komplexní služby od návrhu přes instalaci až po dohledové centrum a dlouhodobý servis. Všechny rozjednané poptávky i nedokončené

projekty jsou nadále evidovány a aktivně řešeny.

Prioritou zůstává vysoká profesionalita, kvalita provedení a individuální přístup ke každému projektu. PREsolidsun bude poskytovat komplexní řešení zahrnující fotovoltaické elektrárny, tepelná čerpadla, klimatizace a energetické poradenství.

„Naši vizí je nejen držet krok s rostoucí poptávkou po moderních energetických řešeních, ale být v jejich nabídce a realizaci vždy o krok napřed. Díky tomuto spojení jsme na to připraveni lépe než kdy dřív. Zákazníci mohou očekávat ještě kvalitnější služby, širší nabídku řešení a jistotu v podobě silného zázemí. Propojení je v tomto pro nás krokem vpřed i závazkem zároveň,“ doplnil Martin Palarčík.

PREsolidsun se tak stává nejvýznamnějším hráčem v decentralizované energetice v Česku s důrazem na udržitelnost, efektivitu a spolehlivost dodávek.

(tz)



Strana vychází pod partnerskou záštitou České společnosti pro jakost

Je nám 35 let a rozrostli jsme se v jeden z největších spolků svého druhu v Evropě

Výročí, jež letos slaví Česká společnost pro jakost, je významné. Na trhu působí již 35 let a stále bohatším spektrem činností pečuje o to, aby se kvalita stávala nadobrovým měřítkem spokojenosti klienta, odběratele, spotřebitele. Sdružuje fandry kvality a předává různými metodami svoji misi dál – do firem a organizací, k jednotlivcům, odborné i široké veřejnosti. Výkonný ředitel Ing. Petr Koten ve svých odpovědích stručně rekapituloval její historii i poslání:

Opravdu slaví letos Česká společnost pro jakost 35. narozeniny?

Ano, v roce 1990 byly na Ministerstvu vnitra registrovány stanovy nového „kvalitářského“ sdružení, tedy České společnosti pro jakost. Vznikl tak spolek, který umožňoval formální sdružování jednotlivců i organizací, kteří se zabývají kvalitou. A v letošním roce si tedy při různých příležitostech připomínáme 35 let našeho vzniku a aktivit.

Jakými milníky šla historie? Které považujete za nejdůležitější?

Klíčová byla činnost zakladatelů našeho spolku a prvních výkonných pracovníků a odborníků, kdy počátkem 90. let minulého století byly organizovány počáteční semináře a kurzy, a byla navázána spolupráce se zahraničními organizacemi, která je nesmírně důležitá dodnes. Klíčové bylo též například navázání spolupráce se Škoda Auto i celým dodavatelským řetězcem automobilového průmyslu. Dá se říci, že se ČSJ po celou dobu rozvíjí a nabízí stále větší šíři služeb. Na vzdělávací iniciativy navázaly aktivity vydávání odborných publikací a personální certifikace. V roce 2000 byl založen certifikační orgán pro certifikaci systémů managementu, a následně i produktů, jehož nabídka se nadále rozšiřuje. Významnými milníky bylo překonání ekonomické krize v letech 2008 a 2009, a samozřejmě i zvládnutí hospodaření našeho spolku v době covidu, kdy omezení vzdělávacích aktivit bylo velmi významné. A z poslední doby je důležitým bodem našeho rozvoje rekon-

strukce prostor ČSJ – učeben, společných prostor i kanceláří. Vzniklo tak moderní příjemné prostředí pro naše klienty i zaměstnance.

A co považují za důležité zmínit, je to, že v řadách všech předsednictev, jakožto strategického řídicího orgánu, významně převažovali jednotlivci, kteří se aktivně angažovali v rozvoji ČSJ. A ještě nesmím zapomenout jedno jméno, a to dřívějšího výkonného ředitele Ing. Pavla Ryšánka, který dokázal realizovat své vize, zapojit zainteresované strany a uvést do praxe širokou škálu služeb a aktivit, na kterých stavíme dodnes a díky čemuž se ČSJ, která před 35 lety měla dva pracovníky, rozrostla v jeden z největších spolků svého druhu v Evropě (nejen) s 25 zaměstnanci a desítkami aktivních externistů a spolupracujících organizací.

Webové stránky máte uvedené takto: Vše o systémech managementu a nástrojích managementu kvality. Čím jste tedy pro zájemce o kvalitu užiteční?

Je to šíře služeb pod jednou střechou. První oblastí jsou služby spolkové, tedy určené pro členy, kteří dostávají čerstvé novinky v oblasti kvality formou časopisu Perspektivy kvality, newsletterů i publikací, a dále se naši členové mohou sdružovat v odborných či regionálních centrech. Druhou množinou služeb jsou služby komerčního charakteru, tedy zmiňované vzdělávání, vydávání publikací a certifikace. A služby se netýkají jenom kvality, ale i souvisejících oblastí, jako jsou environment, bezpečnost práce, kybernetická bezpečnost, specifické požadavky dodavatelských řetězců či oblasti bezpečnosti potravin. Komerční služby napomáhají financovat služby pro členy.

Co má ČSJ stále společné od svého založení až po současnost? A co naopak opustila, aby dokázala vytvořit prostor pro zavádění novinek?

Vysokou úroveň odbornosti. V ČSJ dbáme na to, aby naši lektori, auditori, tvůrci publikací byli dostatečně erudovaní, aby měli příslušné praktické znalosti z oboru a dokázali pomoci s klientskými požadavky, které se týkají různých systémů managementu a nástrojů kvality. A dále je třeba říci, že, ať už v rámci zaměstnanců výkonného aparátu

ČSJ, či v rámci volených orgánů, vždy převažovali lidé, kterým na ČSJ velmi záleží a je pro ně ČSJ nejen „prací“, ale i srdeční záležitostí.

A od čeho jsme upustili? Nedá se říci, že bychom něco významně, jak se říká, zařídili. Služby, o které nebyl zájem, jsme vyřadili z nabídky (např. některé kurzy či druhy personální certifikace), ale to je záležitost v životě poskytovatelů služeb zcela běžná. Opustili jsme od konání otevřených kurzů mimo naše sídlo, tedy téměř opustili. Většina kurzů probíhá u nás na Novotného lávce v Praze, kde máme nyní již šest zcela nově zrekonstruovaných a špičkově vybavených učeben AV technikou. Mimo Prahu učíme v Hotelu Skanzen na Velehradě, což je místo snadno dostupné i pro naše slovenské klienty. A samozřejmě školíme přímo ve firmách, pokud je to požadováno.

Které novinky jste do programu zařadili?

Je známo, že významnou skupinou našich členů a zákazníků jsou dodavatelé automobilového průmyslu, ti se zejména účastní našich kurzů a personálních zkoušek. Novinky bych proto zmínil mimo tuto tradiční oblast, k těm například patří vzdělávání v systémech kvality pro dodavatelský řetězec jaderné energetiky, certifikace ve specifických oblastech, například v oblasti zemědělství a potravinářství, dále certifikace v oblasti kontinuity podnikání, realizace projektu Business excellence v sociálních službách, či vydávání odborných publikací edice Do kapsy. A je vhodné připomenout i širokou škálu soutěží pro organizace i odborníky v oboru, jako jsou například Ambasadory kvality či Manažery kvality roku.

Na trhu působíte jako významný certifikační orgán. Jste tedy hledaným partnerem pro firmy a organizace... V jakých oborech zejména?

Ty obory jsou zastoupeny téměř všechny. Proč? My certifikujeme zejména dle mezinárodních ISO norem pro systémy managementu, a ty jsou uplatnitelné napříč obory. Certifikujeme jak firmy výrobní, tak firmy poskytující služby, ale i organizace veřejného sektoru – například některé úřady. Jsou však oblasti specifické, kde máme významně zastoupení zákazníků, tam patří organizace, které



Ing. Petr Koten, výkonný ředitel České společnosti pro jakost

zpracovávají či obchodují s dřevní hmotou (dle schémat FSC a PEFC či certifikace zemědělců (dle pravidel GlobalG.A.P.).

Jednou z aktivit Národní politiky kvality je program Česká kvalita, kam spadají důvěryhodné značky kvality. ČSJ může propůjčovat jednu z nich – CZECH MADE. Svým způsobem jste tuto značku vzkřísili a vdechli jí zase směr. Mají o ni firmy zájem?

Přibližně posledních šest let se o tuto značku staráme a rozvíjíme ji. Je potěšitelné, že postupně přibývají noví držitelé, tedy takové organizace, které mají zájem prokázat svým zákazníkům, že se o kvalitu starají nadstandardně, že jsou ochotny jít nad rámec požadavků a že jsou ochotny postoupit hodnocení, které provádějí naši odborníci. Jinak řečeno, pokud spotřebitel vidí na výrobku či doprovodné dokumentaci ke službě značku CZECH MADE, má téměř stoprocentní jistotu, že dostane to, co očekává. My sami jsme systém udělování značek procedurálně zjednodušili, znamená to, že jsme schopni celý proces posuzování a udělování značek zvládnout u dobře připravených firem zhruba do dvou měsíců. Dále uvolňujeme více prostředků na její propagaci značky i zviditelňování jejích držitelů.

V srpnu se uskutečnil 27. sjezd členů ČSJ. Co z něj pro další činnost vplynulo?

Ano, máme za sebou řádný sjezd nejvyššího orgánu spolku. Potvrdil naše směřování i hospodaření. Členové rozhodli o uvolnění prostředků na zmíněné rekonstrukce. A byly odsouhlaseny nové čestní členové – vlastně členky, které budou slavnostně „dekorovány“ v rámci Galavečera České společnosti pro jakost 11. listopadu. Sjezd nebyl však jen formální schůzka, ale i příležitostí neformálně se členy hovořit a domlouvat se na dalších zlepšeních v činnosti ČSJ.

ptala se Eva Brix

INZERCE



Česká společnost pro jakost OCENÍ ÚSPĚŠNÉ

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

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

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

Přihlášky můžete podávat do 30. září.

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

Česká společnost pro jakost, www.csq.cz



Čeští důchodci si žijí relativně dobře, ale...



Zatímco výše důchodů bývá často předmětem kritiky, z dostupných dat vyplývá, že čeští senioři na tom nejsou v mezinárodním srovnání tak špatně. Problémem však zůstává dlouhodobá udržitelnost důchodového systému a motivace lidí pracovat i po dosažení důchodového věku.

Podle nejnovějších dat OECD za rok 2022 se míra příjmové chudoby důchodců v České republice držela na úrovni pouhých 7,6 %. Tento ukazatel, vyjádřený jako podíl lidí starších 65 let s příjmem pod 50 % mediánu disponibilního příjmu domácností, představuje výrazně lepší výsledek než v řadě západoevropských států, včetně Německa (14,1 %), Rakouska (12,1 %) nebo Švédska (9,4 %). Na druhé straně v Lotyšsku se pod touto hranicí nachází třetina seniorů, v Estonsku dokonce přes 37 %.

„Za relativně nízkou mírou chudoby českých seniorů stojí kombinace faktorů, včetně valorizace důchodů a vysokého podílu Čechů žijících ve vlastním bydlení. Na druhou stranu mají důchodci specifickou skladbu spotřebního koše s vyšším podílem výdajů na energie, léky a potra-

vin, jejichž ceny se v poslední době výrazně zvýšily,“ komentoval Lukáš Raška, analytik Portu.

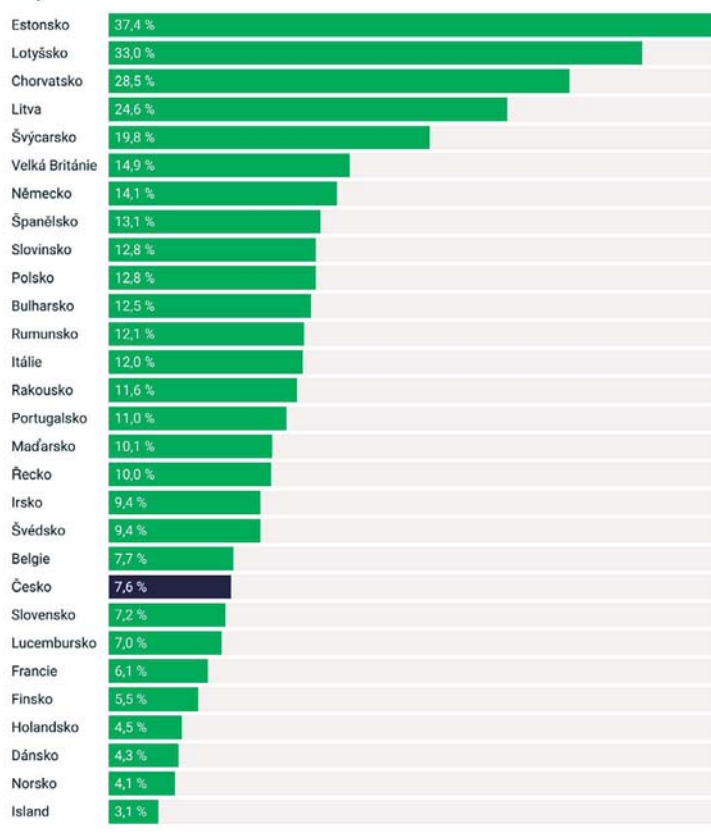
Neznámou zůstává udržitelnost důchodového systému, protože některé dlouhodobé trendy v české ekonomice vyvolávají oprávněné obavy. Jen v roce 2024 činil deficit důchodového účtu více než 50 miliard korun, o rok dříve to bylo dokonce přes 72 miliard. Sociální pojištění vybralo v roce 2024 přibližně 665 miliard korun, zatímco výdaje přesáhly 716 miliard. Situaci dále zhoršuje nízká porodnost, rychlý nárůst počtu penzistů a s ním spojené stárnutí populace. Podle dat Českého statistického úřadu bude po roce 2050 až 30 % obyvatel Česka v seniorském věku.

Poměr průměrného důchodu k průměrnému platu může v budoucnu klesat z dnešních necelých 48 % na pouhých 35 %, což v dnešních penězích odpovídá přibližně 16 000 Kč měsíčně. A to na důstojné stáří stačit nemusí. Problémem je také nízká motivace lidí zůstat na trhu práce. Zatímco na začátku tisíciletí se pro předčasný důchod rozhodlo jen 9 % pracujících, dnes nižší penzi kvůli dřívějšímu odchodu ze zaměstnání pobírá již téměř třetina důchodců.

„Čeští důchodci si díky solidně nastavenému sociálnímu systému a příznivé spotřební skladbě zatím udržují relativně dobrou životní

Míra chudoby důchodců

Lidé starší 65 let s příjmy nižšími než 50 % mediánového disponibilního příjmu domácností podle údajů OECD za rok 2022



úroveň. To ale neznamená, že tomu tak bude i v dalších letech. Beze změn není současný systém udržitelný a bude nutné přehodnotit vyšší odvodů, motivovat k delší pracovní aktivitě

a podporovat individuální finanční zajištění. Na důchod by si měl každý odkládat individuálně a začít s tím co nejdříve,“ doplnil Lukáš Raška. Určité kroky jsou podnikány už nyní, kdy se plánuje navýšení odchodu do důchodu na 67 let, zároveň stát loni přišel s Dlouhodobým investičním produktem (DIP), který má sloužit právě k zajištění na stáří.

Každý, kdo chce mít jistotu důstojného stáří, by neměl spoléhat výhradně na stát. Pravidelné investování klidně i menších částek zůstává nejjistější cestou, jak se připravit na budoucnost bez obav. „Rádi vidíme, že lidé myslí na svou budoucnost a snaží se spořit. Svědčí o tom i počet smluv uzavřených na DIP a objem finančních prostředků, které neustále rostou. Při současném tempu může být na konci roku překonána hranice 200 000 DIP účtů. V Portu už evidujeme více než 33 000 důchodových účtů DIP,“ uzavřel Lukáš Raška.

K 30. červnu 2025 překročil podle dat zveřejněných Asociací pro kapitálový trh počet uzavřených smluv na DIP 170 000, což představuje meziročně více než trojnásobný nárůst. Oproti prvnímu kvartálu jde o 13% nárůst, tedy téměř 20 000 nových smluv za poslední tři měsíce. Za druhý kvartál roku 2025 dosáhly vklady na DIP výše 4,5 miliardy korun. (tz)

Výhody Smart Banky od Monety využívá již 1,25 miliónu klientů

Oceňovanou mobilní aplikaci Smart Bank od Monety používá již více než 1,25 miliónu klientů. V letošním roce banka představila řadu novinek pro retailové i komerční klienty: mezi nimi například záchranné tlačítko proti podvodům, věrnostní program Odměny, zřízení podnikatelského účtu online pro stávající klienty či QR login.

„Těší nás neustále rostoucí počet uživatelů naší Smart Banky, kdy její obliba stoupá nejen mezi retailovými klienty, ale v posledním roce výrazně i mezi živnostníky a zájemce z řad firemní klientely. Naši aplikaci používají jak pro každodenní bankovní operace, tak ve stále větší míře i pro sjednávání a obsluhu našich produktů, kde zaznamenáváme meziroční růst o desítky procent,“ řekl Jakub Valenta, Chief Digital Officer MONETA Money Bank.

V letošním roce uvedla MONETA v rámci svých digitálních kanálů rovnou několik novinek. Jednou z nejdůležitějších je takzvaný kill button, který klientům umožňuje jediným tlačítkem ve Smart Bance zablokovat přístup ke všem bankovním účtům a platebním kartám v případě, že mají podezření, že se mohli stát obětmi kybernetického útoku a obávají se ohrožení svého účtu. Současně banka neustále pracuje na posílení bezpečnosti své aplikace, ověření klienta přes Smart Banku, ochraně platebních transakcí a online detekci podezřelých účtů podvodníků.

Dalším úspěchem bylo představení nového věrnostního programu Odměny. Klientům přináší při placení kartou přímé slevy nebo cash-back, a to u více než 200 obchodníků, mezi nimiž je i obchodní řetězec Albert, drogerie Teta, lékárny Dr. Max, knihkupectví Knihy Dobrovský, e-shop s módou About You a mnoho dalších.

Hned zkraje roku banka představila možnost deaktivace dynamické konverze měny (neboli DCC). Tuto funkci ocení zejména klienti cestující do zahraničí, kteří platí kartou nebo vybírají hotovost z místních bankomatů. Vypnutím DCC se platba s konverzí do českých korun neprovede a rovnou klienta banka informuje tak, aby provedl platbu v měně dané země, čímž se často vyhne méně výhodnému kurzu, který by jinak určil provozovatel bankomatu či terminálu. Banka rovněž nabídla možnost přihlášení se do internetového bankovníctví skrze Smart Banku pomocí QR loginu – díky tomu odpadá nutnost pamatovat si a ručně zadávat přihlašovací údaje.

Klienti Monety mohou také reklamovat platbu kartou jednoduše z pohodlí domova prostřednictvím Internet Banky či Smart Banky. Zavedení online formuláře vedlo ke zvýšení počtu podaných reklamací směrem k obchod-

níkům, včetně těch, které by klienti v minulosti pravděpodobně neřešili.

Smart Banka letos přinesla i řadu nových funkcí pro živnostníky a firmy. Jednou z nich je zjednodušení obsluhy podnikatelských karet přímo v mobilní aplikaci. Tato funkce umožňuje podnikatelům a firmám aktivaci, blokaci a správu karet bez nutnosti kontaktu s bankou, a také spravovat více karet najednou – pohodlně a bezpečně.

Stávající retailoví klienti si mohou v mobilní aplikaci jednoduše zřídit podnikatelský účet nebo další produkty pro své podnikání, a to bez návštěvy pobočky, během pár minut.

V polovině července pak banka představila ve své aplikaci nový způsob sjednání úvěru, který umožňuje přizpůsobit si parametry úvěru pomocí interaktivního boxu. Klienti tak ihned uvidí přehled o výši splátky i výši slevy, kterou při sjednání online obdrží. (tz)

Požadavky na provozní kapitál dosáhly loni nejvyšší úrovně od finanční krize v roce 2008

Loňský rok se stal rekordním z hlediska nárůstu požadavků na provozní kapitál. Dle analýzy Allianz Trade došlo k navýšení o dva dny na rekordních 78 dnů, což je nejvíce od celosvětové krize v roce 2008. Zásadní vliv na zvýšení WCR mělo prodloužení celosvětové délky doby splatnosti, která vzrostla o dva dny na 61 dnů.

Provozní kapitál udržuje finance společností v chodu. Z účetního hlediska jde o krátkodobá likvidní aktiva (například hotovost nebo zásoby), krátkodobá pasiva a splatné faktury. Příliš málo provozního kapitálu může signalizovat problémy s likviditou; příliš mnoho provozního kapitálu naznačuje, že aktiva nejsou využívána efektivně ke zvýšení výnosů. A právě ukazatel potřeby pracovního kapitálu se celosvětově zvy-

šuje již čtvrtý rok po sobě. Loni dosáhl 78 dnů obrátu (o dva dny navíc oproti roku 2023), což je nejvíce od finanční krize v roce 2008, přičemž na počátku roku 2025 se neobjevily žádné výraznější známky zmírnění.

„Tento nárůst odráží náklady na přizpůsobení se vysoké nejistotě a přísnějším finančním podmínkám, neboť obchodní války a rizika recese na obzoru ovlivnily růst obrátu, platební podmínky i strategii zásobování. To platí zejména pro západní Evropu, která vyniká nárůstem WCR o čtyři dny již třetí rok po sobě, zatímco Asijsko-pacifický region zaznamenal mírnější nárůst o dva dny. Naopak Severní Amerika hlásí pokles WCR o tři dny, což představuje vzácnou odchylku. Ve 4. čtvrtletí 2024 mělo 35 % společností na celém světě WCR delší než 90 dní obrátu (meziročně pokles jen o 1 p.b.) a údaje za 1. čtvrtletí 2025 naznačují mírně silnější než ob-

vyklý sezónní vzestup (osm dnů q/q oproti dlouhodobému průměru sedm dnů),“ uvedla Kateřina Kirakosjan, country manažer Allianz Trade v České republice.

Jako klíčový faktor rostoucího WCR se ukázalo prodloužení průměrné délky doby splatnosti (DSO), která se v roce 2024 zvýšila o dva dny oproti předchozímu roku, čímž dosáhla 61 dnů. Doba splatnosti závazků (DPO) se zvýšila jen nepatrně (o jeden den) a doba obrátu zásob (DIO) zůstala stabilní. Na konci roku mělo 44 % společností DSO nad 60 dní a 21 % nad 90 dní. Tyto zvýšené úrovně byly rozšířené napříč zeměmi a obzvláště akutní byly v Evropě, kde se společnosti potýkaly s výraznějším zpožděním inkasa pohledávek (o dva dny) již třetí rok po sobě.

„Téměř všechna odvětví se potýkala s dlouhodobým prodloužením doby splatnosti – zejména odvětví dopravních prostředků (o 11 dní)

a elektroniky (o čtyři dny), což vedlo k rozsáhlému nastartování WCR. Celkově v roce 2024 znamenalo nárůst WCR sedm odvětví – dopravní prostředky (o 16 dní celosvětově), maloobchod (o čtyři dny), chemický průmysl (o tři dny), metalurgie (o tři dny), software/IT služby (o tři dny), strojní zařízení (o dva dny) a energetika (o necelý den) – v Severní Americe, západní Evropě a Asijsko-pacifický region, a to především v důsledku slabé poptávky. Poklesy WCR byly roztržštěnější a byly pozorovány především v amerických odvětvích a v evropských segmentech, jako jsou B2C služby, papírenský průmysl a pohostinství. Na počátku roku 2025 se sezónní oživení WCR týkalo téměř všech odvětví, přičemž největší obraty oproti předchozím trendům zaznamenaly stavebnictví, komodity, stroje a dopravní prostředky,“ vysvětlila Kateřina Kirakosjan. (tz)

Každý z nás je na zemi hlavně pro to, aby žil

Efektivně zacházet s energiemi je patrně sen každého z nás. Spotřebovat co nejméně, platit přiměřeně, a přitom si užívat náležitého komfortu. Pomoci však mohou nové metody, jiné přístupy, atraktivní technologie nebo inovovaná legislativa. A také spokojení a zdraví zaměstnanci, o něž se firma, která nám „spoří“, náležitě stará. V té, kterou vám představíme, se na věci kolem nás i na samotný život dívají trochu jinak, než je běžné. Vítězslav Grygar, ředitel společnosti eCENTRE, hovořil o tom, jak může být společnost, kterou vede, užitečná pro své pracovníky, aby se nacházeli v dobré psychické i tělesné kondici:



Co všechno může vaše firma zákazníkovi nabídnout? Nač se především specializujete?

Téměř 20 let pomáháme firmám i domácnostem se snižováním nákladů na energie a nově také s obnovitelnými zdroji. Díky legislativě LEX OZE II a III umíme zájemcům zajistit fotovoltaiku s bateriovými úložišti, řízení energetických toků i sdílení přebytků v rámci našeho Projektu energetických synergií (PES). Vše za klienty vyřešíme – od nabídky až po zapojení do systému.

To nabízíme jak firemní klientele, tak široké veřejnosti prostřednictvím naší platFORMY. To je prostředí, do něhož lidé mohou nahrávat své výúčtování, a přes něj si ověřit, jestli mají dobře nastavené ceny za energie. A to nejenom své, ale třeba svých sousedů nebo klientů, které sami obsluhují.

Kolik zaměstnanců v eCENTRE působí? Jsou to spíše mladší lidé?

V eCENTRE je 54 zaměstnanců různého věku. Myslím si, že se navzájem skvěle doplňují, protože náš kolektiv se skládá jak z dynamických mladších ročníků, tak i zkušených starších kolegů s nadhledem.

Je těžké si je udržet?

V našem případě to těžké není. Protože vedle toho, čím se zabývá eCENTRE, je naším posláním to, že pomáháme lidem se sebevzděláváním a vytváříme prostředí pro to, aby našli smysl svého života a rozpoznali svůj potenciál – nejenom pracovní, ale i ten osobnostní. Z toho důvodu jsme přišli s tzv. pěti pilíři Tvorby reality:

1. pilíř je poznání, pochopení

Tento pilíř stojí na tom, jak funguje člověk, jaké má možnosti, jakým způsobem funguje jeho tělo.

2. pilíř je o přístupu sama k sobě

Vnímavost vůči sobě je o práci s myšlenkami a o tom, jakým způsobem budujeme svou realitu. Naši energii bychom neměli směřovat k tomu, co nechceme – například k nemocem, negativním myšlenkám nebo pocitům nedůvěry a nejistoty.

3. pilíř jsou limity

Limity, které člověk vnímá a má je v určité úrovni i ospravedlněny, jsou vlastně traumata, a ty vytvářejí obranné mechanismy. Kvůli tomu je člověk limitovaný v obrazotvornosti, ve svobodě, protože se obává neúspěchu a zároveň i toho, co si o něm ostatní pomyslí, když uspěje. Proto je zapotřebí zpracovávat tyto traumatické zážitky z minulosti.

4. pilíř je business

Business pro nás představuje potvrzení, že dokážeme vytvářet realitu, jakou chceme. Je to důkaz, že umíme soustředit pozornost na jeden cíl.

5. pilíř je hojnost

Pátý pilíř je o vděčnosti za věci, které máme k dispozici v běžném životě a kterých si nevíš. Máme. Ať je to puštění si ráno vody z kohoutku, rozsvícení žárovky, nebo to, že si sedneme do auta a nastartujeme bez problémů.

Nemyslím si, že je těžké si zaměstnance udržet, spíše je pro nás zásadní, aby se rozhodli, jestli tyto naše zásady tvorby reality přijmou. Člověk, který u nás pracuje, musí být nejen odborník ve svém oboru, ale také být aktivní ve svém životě.

Podle jakých principů obsazujete nové pozice? Na základě čeho další kolegy vybíráte?

Je to zmíněná odbornost, protože náš zaměstnanec musí neustále sledovat, co se děje ve společnosti, a to zejména technologicky. Zásadní je i osobnost – hledáme takové lidi, kteří jsou ochotni pracovat sami na sobě a společně s námi tvořit komplexní zkušenost, kterou práce v eCENTRE přináší.

Máte rádi netradiční benefity, nespoleháte jen na stravenky. Proto jste připravili speciální program, který jste již zmínil, Tvorba reality, jehož prostřednictvím nabízíte jógu, meditace, masáže, biorezonanci, roli hraje ovce při stravovacím režimu, stejně tak osobní koučink. Co vše si pod tím představit?

Základem Tvorby reality je aktivita, která je zdrojem životních podnětů, zdrojem tvořivosti, kterou každý člověk musí mít, jinak umírá. Naše benefity bych ani tak nenazýval benefity, jako spíš potřebou, jak pečovat o své tělo a mysl – když to nebudete dělat, tak je to, jako kdybyste dali do dieselového motoru benzín. Také vám dlouho nepojede. Masáže vnímáme jako cestu k uklidnění těla i mysli. Biomechanicky ulevují tkáním, zmírňují ztuhlost a zároveň pomáhají pozastavit proud myšlenek nebo ho usměrnit. Jóga zase podporuje pružnost těla, a tím i mysli, protože ztuhlost fyzická jde ruku v ruce s tou mentální. Meditace učí ovládat myšlenky a zpomalit je, což působí jako prevence úzkostí a depresí. Zároveň umožňuje nahradit negativní vzorce pozitivními vizemi a obrazy. A biorezonance? To je moderní terapie, která pracuje s energií buněk a jejich frekvenčním vlněním. Umožňuje tak harmonizovat organizmus a „uklidit“ si v sobě.

Jaké výhody si vaši pracovníci nejvíce oblíbili?

Nejvíce oblíbená je masáž, což je pasivní aktivita. Co se týče nabídky jógy či kruhového cvičení, u nich lidé musí překonávat určitou nekomfortní zónu, takže to ještě na takové popularitě nezískalo. Nemůžete do těchto věcí ale nikoho tlačit. Tím bychom motivovali zaměstnance negativně, což by bylo proti naší vizi.

Dokážou zaměstnanci ocenit péči o psychickou kondici člověka?

Ano, určitě. I když samozřejmě záleží na tom, jak moc mají rozvinutou vnímavost vůči sobě a svému okolí.

Jaké možnosti má v současné době zaměstnavatel, když chce motivovat k dobré, ba ještě lepší výkonnosti?

Narozdíl třeba od Asie v Evropě nepoužíváme tolik negativní motivaci založenou na strachu, pohybujeme se v rovině svobody a nejsme tak limitováni zajištěním základních životních potřeb jako asijské zaměstnanci. Pro Evropany tak může být těžké najít pozitivní motivaci. Domnívám se, že nová motivace, která není založená na strachu o zajištění základních potřeb, jako je jídlo a oblečení, spočívá v kolektivní tvorbě. Je to vidět na mladších generacích, které se tolik nechytají dosavadních společenských statutů a symbolů úspěchu, jako jsou třeba drahá auta. Do budoucnosti nás čeká nové paradigma řízení společnosti.

Předcházíte také případnému syndromu vyhoření?

My vedeme zaměstnance k tomu, že když se člověk necítí dobře, tak má dělat všechno pro to,



Vítězslav Grygar, ředitel firmy eCENTRE

aby se dobře zase cítil. To je jeho hlavní úkol v životě. Vyhoření je nevšimnutí si toho, že máme něco v tom životě udělat jinak, že máme změnit svůj životní postoj, návyky nebo práci.

Proč vlastně jdete tak trochu netradiční cestou?

Každý z nás je na zemi hlavně pro to, aby žil. To znamená, že jakýkoliv projekt, který dělám, je dočasný, protože skončí mojí smrtí. Nedává proto smysl pracovat na krátkodobých věcech, když můžeme pracovat na něčem s dlouhodobým dopadem. Už Aristoteles říkal, že hlavním smyslem a účelem života je být šťastný. Proto vytváříme prostor, kde mohou být lidé spokojení.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí

INZERCE

1. ročník
odborné konference

ODPADY 2025 NETRADIČNĚ

5.–6. listopadu 2025

Best Western Hotel Vista
Kpt. Vajdy 3046/2, 700 30 Ostrava-Jih

**Přijďte do Ostravy společně s námi pohovořit
o nejpálčivějších praktických problémech, zkušenostech
a aktuální trendech v oblasti hospodaření s odpady.**

Ve třech odborných blocích budeme otevřeně a pravdivě mluvit o zpracování komunálního odpadu, zda třídit nebo netřídit, jak se to dělá jinde..., v navazujících panelech budeme diskutovat o stávajících problémech v této oblasti a v neposlední řadě nabídneme účinná praktická řešení:

- » **Současný stav a vývoj odpadového hospodářství**
- » **Ideologizace a byrokratizace v oblasti odpadového hospodářství**
- » **Inovace, inovativní přístupy, best practices**

Konference je určena pro starosty měst a obcí, zástupce malých a středních firem, výrobců technologií, státní správy a samosprávy, všechny zájemce z řad široké veřejnosti.

Za první pololetí v ČR vzniklo 16 944 firem, o 9 % více než loni a nejvíce od roku 2017

V prvním pololetí letošního roku vzniklo v České republice 16 944 obchodních společností. Oproti stejnému období loňského roku to bylo o 9 % více. Zároveň jde o nejvyšší počet za prvních šest měsíců od roku 2017. Od ledna do konce června zaniklo 8961 firem, meziročně o 15 % více. Na trhu v tomto období tak přibýlo 7983 obchodních společností. Vyplývá to z analýzy, kterou provedla společnost CRIF – Czech Credit Bureau na základě dat portálu www.informaceofirmach.cz.



„Přestože počet zaniklých firem vykazuje vyšší dynamiku než počet vzniklých obchodních společností, byl čistý přírůstek za první pololetí oproti stejnému období minulého roku o 4 % vyšší. Na každých deset zaniklých firem připadlo v prvních šesti měsících letošního roku 19 obchodních společností, které na trh vstoupily,“ řekla Věra Kameníčková, analytička společnosti CRIF – Czech Credit Bureau.

Za posledních 12 měsíců, tedy od loňského července do konce letošního června, vzniklo 32 360 firem, oproti předchozímu období to bylo o 10 % více. Zaniklo 18 237 obchodních společností, což odpovídá nárůstu o 14 %. Rozdíl mezi počtem vzniklých a zaniklých firem byl 14 123. „Čistý přírůstek byl za posledních 12 měsíců oproti předchozímu období o 6 % vyšší. Nižší dynamika v letošním prvním pololetí může naznačovat, že se bude počet firem na trhu v následujícím období zvyšovat pomaleji,“ doplnila Věra Kameníčková. Na deset zaniklých firem za posledních 12 měsíců připadlo 18 nově založených subjektů.

Necelá polovina nových má sídlo v Praze

Téměř polovina obchodních společností, které na trh vstoupily v prvním pololetí letošního roku, měla sídlo v Praze (8806). Druhý nejvyšší počet vzniklých firem měl sídlo v Jihomoravském kraji (2091), za kterým následoval Moravskoslezský kraj (1118). Ke krajům, kde vzniklo více než 1000 obchodních společností, se řadí také Středočeský kraj (1108). Oproti prvním šesti měsícům minulého roku se počet vzniklých firem nejvíce zvýšil v Olomouckém kraji

(o 21 %). O 17 % to bylo v Plzeňském kraji. Podobná situace byla rovněž v Karlovarském kraji, kde vzniklo o 16 % více obchodních společností než loni. V Jihomoravském kraji, v Praze a v kraji Vysočina vzniklo shodně o 13 % více firem než minulý rok. Naopak nejvýrazněji se počet nově založených firem proti prvním šesti měsícům loňského roku snížil ve Zlínském kraji (o 14 %).

V Libereckém kraji se počet zaniklých subjektů téměř ztrojnásobil

Stejně jako nově založených společností byl od ledna do konce června počet zaniklých firem nejvyšší v Praze (4312) následované Jihomoravským krajem (969). Třetí nejvyšší počet byl v Ústeckém kraji (555). Čtvrtý nejvyšší počet zaniklých firem byl v Libereckém kraji (539), kde se jejich počet oproti prvním šesti měsícům minulého roku zvýšil o 172 %. Podobná situace byla také v Pardubickém kraji, kde se počet zaniklých zvýšil dvaapůlkrát (o 148 %). V kraji Vysočina bylo zaniklých firem o 59 % více než loni. O téměř polovinu se jejich počet zvýšil i v Plzeňském kraji (48 %).

Počet zaniklých firem se oproti prvním pololetí roku 2024 výrazně nezměnil v Praze, ve Středočeském kraji a v Moravskoslezském kraji. V hlavním městě byl zdaleka nejvyšší čistý přírůstek firem. V prvním pololetí v něm přibýlo 4494 firem, tedy zhruba 56 % z počtu za celou ČR. O 1122 se zvýšil počet firem v Jihomoravském kraji. Meziročně byl vyšší počet zaniklých než vzniklých firem v Libereckém kraji, kde se jejich celkový počet snížil o 259. V Ústeckém kraji jejich počet klesl o 62.

Od loňského července do konce června nejvíce firem vzniklo v Praze (16 772), dále v Jihomoravském kraji (3964) a v Moravskoslezském kraji (2191). V Praze rovněž nejvíce firem zaniklo (9518). Po ní následoval Jihomoravský kraj (1856) a Moravskoslezský kraj (1095).

Nejrychleji se za toto období zvyšoval počet firem v Olomouckém kraji, kde na deset zaniklých připadlo 29 nových společností. V kraji Vysočina to bylo 26 nových na deset zaniklých firem a v Jihočeském kraji připadlo na deset zaniklých 25 vzniklých firem. Počet firem se snížil v Ústeckém kraji, kde na deset zaniklých obchodních společností připadlo pouze osm vzniklých firem. V Libereckém kraji to bylo o ještě jednu firmu méně. Tímto se v těchto dvou krajích počet společností v letošním roce snížil.

Nejvíce nováčků je v obchodu

V prvním pololetí letošního roku se nejvíce firem, které na trh vstoupily, věnuje obchodu (2079). Druhý nejvyšší počet vzniklých firem působí ve stavebnictví (1806), po kterém následuje zpracovatelský průmysl (1756). Počet firem, které na trh vstoupily, se oproti loňským prvním šesti měsícům roku nejrychleji zvýšil v oboru doprava a skladování (o 19 %). O 15 % více firem vzniklo v ostatních činnostech, mezi které spadají například opravy výrobků nebo služby, jako jsou kadeřnictví, kosmetika a čištění textilních výrobků. Stejně rychle rostl počet vzniklých firem, které se věnují vodnímu hospodářství. V obchodu, kde je dlouhodobě nejvíce registrovaných subjektů, se počet vzniklých firem meziročně zvýšil o 13 %.

Meziročně téměř o pětinu (o 19 %) klesl počet firem, které v prvním pololetí zahájily činnost v oboru peněžnictví a pojišťovnictví. V nakládání s nemovitostmi klesl o 17 %.

Stejně jako u nově vzniklých firem byl nejvyšší počet zaniklých společností v obchodu (2730) a v oboru nakládání s nemovitostmi (1607). Třetí nejvyšší počet zaniklých firem byl v oboru profesních, vědeckých a technických činností (1215). Nejvíce se od ledna do června oproti stejnému období loňského roku zvýšil počet zaniklých firem, které se věnovaly rozvoďům elektřiny, plynu a tepla (o 57 %). V ostatních činnostech se počet zaniklých firem zvýšil o 46 % a v kulturních a rekreačních činnostech činil nárůst 45 %.

Ostatní činnosti jsou obor, ve kterém za posledních 12 měsíců počet firem rostl nejrychleji. Na deset zaniklých v tomto období připadlo 62 nově vzniklých společností. Ve zdravotní a sociální péči bylo na deset zaniklých 52 firem, které činnost zahájily. V oboru vzdělávání vzniklo pětikrát více firem než zaniklo.

Končí společnosti, které na trhu působily 31–35 let

O něco více než dříve zanikají firmy, které na trhu fungují delší dobu. Naopak se snižuje podíl těch, které jsou na trhu kratší dobu. Z celkového počtu zaniklých firem se letos zvýšil podíl společností působících na trhu více než 31 let, a to meziročně z 10 % na 14 %. Mírné zvýšení lze pozorovat i u podniků, které na trhu působí 26–30 let. V počtu zaniklých firem se nejvíce snížil podíl společností, které na trh vstoupily po roce 2015. (tz)

Pro systém managementu kvality: akreditace poskytovatelů zkoušení způsobilosti podle ČSN EN ISO/IEC 17043:2023

Zkoušení způsobilosti je důležitým a účinným nástrojem pro prokazování kompetence laboratorů a dalších subjektů provádějících zkoušení nebo kalibrace, a to nejen v rámci akreditačního procesu, ale i jako součást běžného zajišťování a zlepšování kvality. Poskytovatelé zkoušení způsobilosti tak významně přispívají k objektivitě a spolehlivosti výsledků měření a zkoušek, což je důležité jak pro samotné poskytovatele těchto služeb, tak pro jejich zákazníky, partnery či dozorové orgány.

Ověřování způsobilosti prostřednictvím nezávislého poskytovatele je běžnou a doporučovanou praxí v systémech managementu kvality, zejména v souladu s požadavky norem ISO/IEC 17025 (popisuje požadavky na kompetenci zkušebních a kalibračních laboratorů) a ISO 15189 (popisuje požadavky na kvalitu a kompetenci zdravotnických laboratorů). K tomu, aby tyto programy zkoušení způsobilosti měly požadovanou odbornou úroveň a jejich výsledky byly uznávány i v mezinárodním měřítku, je nezbytné, aby jejich poskytovatelé byli náležitě posouzeni z hlediska kompetence, nestrannosti a řízení kvality. Právě k tomuto účelu slouží akreditace podle meziná-

rodních normy ISO/IEC 17043. Využívání výsledků zkoušení způsobilosti v procesu akreditace ČIA má dlouhou tradici, a to včetně posuzování kompetence jejich poskytovatelů. Český institut pro akreditaci, o.p.s., akredituje poskytovatele zkoušení způsobilosti již od roku 2002, kdy byla první akreditace udělena Expertní skupině pro zkoušení způsobilosti (ESPT) Státního zdravotního ústavu v souladu s principy ISO/IEC Guide 43-1:1997. Tento ISO Guide byl v roce 2010 nahrazen normou ISO/IEC 17043, která se stala celosvětově akceptovaným dokumentem pro akreditaci poskytovatelů zkoušení způsobilosti, podle nějž je akreditace prováděna až do současnosti.

Až do konce roku 2023 byla akreditace uskutečňována na základě normy ČSN EN ISO/IEC 17043:2010, její platnost však oficiálně skončila k 31. prosinci 2023. Revidovaná verze normy ISO/IEC 17043:2023 byla zavedena do systému českých technických norem, přeložena a vydána s platností od ledna 2024 jako ČSN EN ISO/IEC 17043:2023. Přestože revidovaná norma reflektuje současný vývoj v oblasti posuzování shody, sjednocuje terminologii s dalšími normami řady ISO/IEC 17000 a přináší důležité požadavky například v oblasti řízení rizik, komunikace s účastníky či sledování výkonnosti personálu, její har-

monizace ve smyslu požadavků nařízení (ES) č. 765/2008 nebyla v době zavedení zcela jednoznačně vyjasněna. Z toho důvodu zavedl ČIA v únoru 2025 přechodnou službu vydávání osvědčení o odborné způsobilosti, která umožnila pokračovat v posuzování poskytovatelů zkoušení způsobilosti podle nové normy, ale mimo rámec akreditace. Tuto situaci se podařilo vyjasnit a na základě výkladu Evropské organizace pro spolupráci v oblasti akreditace (EA), který umožnil využití normy EN ISO/IEC 17043:2023 v akreditačním režimu, bylo možné s účinností od 1. července 2025 opět poskytovat standardní akreditační službu podle této normy.

Mezinárodní organizace zabývající se akreditací laboratorů ILAC stanovila přechodné období do 31. května 2026, během něhož zůstávají v platnosti i osvědčení o akreditaci vydaná podle předchozí normy z roku 2010. Akreditace podle nové normy ČSN EN ISO/IEC 17043:2023 je v ČIA poskytována od 1. července 2025, přičemž subjekty tak mají čas přizpůsobit své systémy novým požadavkům v návaznosti na první možný termín posuzování. Přeposouzení podle nové normy probíhá postupně a přechodný režim umožňuje plynulé navázání na dříve udělené akreditace. V současnosti je v ČR akreditováno 13 posky-

tovatelů zkoušení způsobilosti, z toho čtyři subjekty již úspěšně dokončily přeposouzení dle nové normy. Tři z těchto subjektů na omezenou dobu působily na základě osvědčení o odborné způsobilosti, nyní jsou již držiteli osvědčení o akreditaci, které nese odkaz na multilaterální dohody jak na úrovni regionu Evropy (EA MLA), tak i na úrovni celosvětové (ILAC MRA), jichž je ČIA signatářem. Akreditovaní poskytovatelé zkoušení způsobilosti působí ve velmi širokém spektru oborů, své programy nabízejí v oblastech chemických, biologických a klinických analýz přes kalibrace až po technické zkoušky. Řada z nich poskytuje své služby účastníkům z celého světa. To dokazuje, že úroveň jejich činnosti obstojí v mezinárodním srovnání a přispívá i k dobrému jménu české akreditace.

ČIA doporučuje všem laboratorům a dalším subjektům provádějícím zkoušení, aby se aktivně účastnily programů zkoušení způsobilosti. Jde o účinný nástroj pro ověřování výkonnosti, identifikaci odchylek a zlepšování kvality výsledků, a v konečném důsledku také o důkaz odborné způsobilosti, který má váhu v rámci posuzování rovněž u zákazníků.

Marek Vyskočil,
Český institut pro akreditaci, o.p.s.

Neuhrazené faktury mohou podnikatelům zkomplikovat správu DPH



„Rozsáhlá novelizace zákona o DPH, která je v účinnosti od ledna 2025, přinesla podnikatelům celou řadu změn. Jednou z nich je povinnost vrácení uplatněného odpočtu daně v případech, kdy nedojde k uhrazení závazku. Tato nová povinnost však na podnikatele dopadá až se zpožděním během července a srpna,“ sdělil daňový poradce Petr Linx. „Zjednodušeně řečeno zákon zamezuje tomu, aby si plátcí DPH ponechali odpočet daně, aniž by související záva-

Pokud podnikatel uplatní nárok na odpočet DPH z faktury, kterou však neproplatil, musí uplatněný odpočet daně vrátit. Týká se to případů neuhrazených závazků, které budou více než šest měsíců po splatnosti. A jelikož tento mechanismus platí teprve od ledna 2025, poprvé se týkal daňového přiznání k dani z přidané hodnoty za červenec 2025, které plátcí DPH museli podat a uhradit do 25. srpna 2025. Tématu se dále věnoval Petr Linx, partner poradenské společnosti BDO a odborník na DPH.

zek uhradili,“ vysvětlil. Povinnost se vztahuje na přijatou fakturu, která nebyla proplacena do posledního dne šestého kalendářního měsíce následujícího po měsíci, ve kterém se stala splatnou. „Pokud faktura například dospěla ke splatnosti 20. ledna 2025 a plátce neprovedl úhradu do konce července, uplatněný odpočet DPH muel vrátit v přiznání za červenec 2025,“ doplnil. Nutno podotknout, že plátcí DPH své daňové přiznání a kontrolní hlášení odevzdávají

do 25. dne následujícího kalendářního měsíce po konci zdaňovacího období, takže se tato povinnost poprvé mohla projevit během srpna při zpracovávání výkazů k DPH za zdaňovací období červenec 2025 nebo během října při zpracovávání výkazů k DPH za třetí čtvrtletí roku 2025. Tato povinnost se vztahuje pouze na plnění s datem uskutečnění od 1. ledna 2025 a neplatí pro plnění, u kterých přiznává DPH na výstupu odběratel, například v režimu přenesení daňové

povinnosti pro stavebně-montážní práce nebo nákupy ze zahraničí. Výjimkou jsou čtvrtletní plátcí DPH – pokud úplné uhrazení dojde ještě v rámci čtvrtletního období, ve kterém lhůta šesti měsíců uplyne, povinnost vrátit DPH vůbec nevzniká. Zákon také obsahuje mechanismus pro případ pozdní úhrady. „Pokud plátce po vrácení odpočtu nakonec závazek uhradí, může si svůj odpočet znovu uplatnit, a to nejdříve za zdaňovací období, ve kterém k úhradě došlo,“ řekl Petr Linx.

Nová povinnost klade větší nároky na firmy a podnikatele zejména v jejich účetnictví a evidenci. „Firmy a podnikatelé by měli důsledně sledovat splatnosti faktur, aktualizovat interní evidenci závazků a přizpůsobit cash-flow tak, aby minimalizovali případné negativní dopady této nové povinnosti,“ zdůraznil Petr Linx. **(tz)**

Počet živnostníků se opět přehoupl přes dvoumilionovou hranici

V první polovině letošního roku začalo podnikat na živnostenský list 45 929 lidí. Celkový počet registrovaných podnikatelů – fyzických osob v Česku tak vzrostl o 18 797 na 2 007 596, což je nejvíce od roku 2022. Aktuální přehled v červenci zveřejnila společnost Dun & Bradstreet, která firmám pomáhá růst a prosperovat díky síle dat, analytiky a řešení založených na umělé inteligenci.

V roce 2023 vstoupilo do podnikání 80 787 fyzických osob. O rok později se jejich počet ještě zvýšil, když začalo podnikat 91 494 osob, což představovalo nejvyšší hodnotu za posledních více než deset let. Také vývoj v první polovině roku 2025 naznačuje, že zájem o podnikání v ČR přetrvává – za prvních šest měsíců tohoto roku bylo nově zaregistrováno 45 959 osob samostatně výdělečně činných. Na pokračujícím růstu se významně podílejí i zahraniční podnikatelé. Přibližně 14 % nových registrací tvoří občané Ukrajiny a 3 % občané Slovenska,“ řekla předsedkyně představenstva tuzemské pobočky Dun & Bradstreet, Kateřina Klovová. Podle ní je růst počtu nových podnikatelů z ekonomického hlediska příznivý. Nově vznikající živnosti často reagují na aktuální poptávku v konkrétních

lokalitách, a tím zlepšují dostupnost služeb i jejich kvalitu. Nejvíce fyzických osob, víc než třetina, zahájilo podnikání ve volné živnosti Výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 až 3 živnostenského zákona. Následovala příprava staveníště (9,5 %), velkoobchod a maloobchod (7,8 %), silniční a nákladní doprava (6,5 %) a maloobchod v nespécializovaných prodejnách (5,6 %). Z geografického hlediska nejvíce nových podnikatelů začalo působit v Praze (22,5 %), Středočeském (13,0 %), Jihomoravském (11,0 %) a Moravskoslezském (9,6 %) kraji.

Aktuálně je v ČR registrováno více než dva milióny živnostníků. Podle interní metodiky Dun & Bradstreet podnikatelské aktivity vykonává zhruba 1 200 000 OSVČ, což představuje

60 % z celkového počtu. „Ostatní vydaná živnostenská oprávnění jsou spící, což v praxi znamená, že fyzická osoba má vydaný živnostenský

list, ale podnikatelské aktivity nevykonává,“ upřesnila Kateřina Klovová s tím, že podíl aktivních OSVČ v posledních letech roste. **(tz)**

Nejčastější obory v 1. pol. 2025	
Výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 až 3 živnostenského zákona	12 821
Příprava staveníště	3291
Velkoobchod a maloobchod, opravy a údržba motorových vozidel	2728
Silniční nákladní doprava	2256
Maloobchod v nespécializovaných prodejnách	1954
Činnosti reklamních agentur	1468
Ostatní vzdělávání	1462
Pronájem a správa vlastních nebo pronajatých nemovitostí	1277
Ostatní úklidové činnosti	1087

Počty nových živnostníků ČR 2013 – 1. pol. 2025												
pol. 2025	2024	2023	2022	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013
45 929	91 494	80 787	78 767	68 819	63 006	66 306	64 464	63 805	62 410	63 839	62 332	68 674

Vývoj celkového počtu registrovaných živnostníků 2016 – 1. pol. 2025									
pol. 2025	2024	2023	2022	2021	2020	2019	2018	2017	2016
2 007 596	1 988 799	1 973 244	2 179 373	2 172 527	2 145 060	2 116 546	2 131 992	2 115 206	2 099 272

zdroj Dun & Bradstreet

CzechTrade nabízí firmám podporu v hodnotě až 190 000 na účast na zahraničních veletrzích

Agentura na podporu obchodu CzechTrade spustila třetí klíčovou aktivitu projektu Design pro konkurenceschopnost 3 (Design 3), který pomáhá uspět malým a středním podnikům na zahraničních trzích. V rámci poslední výzvy mohou firmy získat podporu v hodnotě až 190 000 Kč na účast na zahraniční výstavě či veletrhu.

Cílem projektu je podpora efektivního využívání designu v průmyslové výrobě, marketingových strategií a účasti firem na specializovaných výstavách a veletrzích v zahraničí. V projektu Design 3, který je spolufinancován Evropskou unií, je pro žadatele připraveno více než 50 miliónů korun. Projekt Design 3 je rozdělen do tří aktivit, přičemž firmy se mohou přihlašovat do jedné nebo více aktivit, a to i opakovaně. Projekt Design 3 navazuje na předchozí programy podporující konkurenceschopnost výrobků českých exportérů prostřednictvím designu a nově přináší rozšířené možnosti poradenství v oblasti exportního marketingu. „Úspěch českých firem

na zahraničních trzích dnes stojí nejen na kvalitě produktů, ale i na jejich promyšlené prezentaci a schopnosti oslovit cílové zákazníky. Alokované prostředky pomohou firmám posílit marketing a design, které jsou klíčové pro zvýšení konkurenceschopnosti v mezinárodním prostředí,“ řekl Radomil Doležal, generální ředitel CzechTrade. V rámci poslední vyhlášené klíčové aktivity Podpora účasti malých a středních podniků na veletrzích a výstavách v zahraničí, zaměřených na propagaci designu, mohou firmy získat podporu ve formě zvýhodněné služby v hodnotě až 190 000 Kč na jednu účast na zahraniční akci. Podpora se vztahuje na náklady spojené s účastí na akci, a to včetně pronájmu výstavní plochy, registrace, povinných poplatků, technického zabezpečení, grafiky a dalších souvisejících nákladů. Účast je možná formou společné expozice, ale jsou podporovány také individuální expozice. Lze zahrnout výdaje na účast na seminářích, konferencích a sympoziích, a dalších mezinárodních akcích, organizovaných v souvislosti s podporovanou výstavou nebo veletrhem.

„Účast na designových zahraničních veletrzích je často zásadním momentem, kdy si firmy ověřují, jak si stojí v mezinárodní konkurenci – právě tam navazují první obchodní kontakty, ověřují si konkurenceschopnost svých produktů a sbírají zpětnou vazbu z trhu. Projekt Design 3 jim umožňuje tento krok udělat s profesionální podporou a výrazně nižším finančním rizikem,“ popsal Radomil Doležal. Již dříve spuštěné aktivity projektu jsou zaměřeny na podporu spolupráce s designéry a exportní marketingové strategie. V rámci aktivity Poradenství exportního marketingu firmy získají odborné poradenství pro nastavení marketingové strategie na zahraničních trzích, identifikaci klíčových zákazníků nebo optimalizaci marketingových nástrojů. Realizace probíhá formou spolupráce s expertem, kterého si firma vybere z Adresáře designérů CzechTrade a jehož úkolem je tvorba komplexní marketingové strategie zaměřené na konkrétní zahraniční trh. Podpora je poskytována formou zvýhodněné služby do výše 110 000 Kč. Aktivita s názvem Design pro internacionalizaci je zaměře-

na na inovace průmyslového designu produktového portfolia, přičemž může jít o zcela nový nebo již stávající produkt. Cílem podpory je zefektivnění vzhledu, funkčnosti a ekodesignu výrobku, což firmám pomůže zvýšit jejich atraktivitu a přizpůsobit se požadavkům mezinárodního trhu. Zde se exportérům na spolupráci s designérem z Adresáře designérů CzechTrade nabízí podpora až do výše 200 000 Kč. Malé a střední podniky se mohou na spolupráce s experty hlásit do 31. prosince 2027 nebo do vyčerpání alokace. Přihlášení je možné prostřednictvím dotačního portálu AIS MPO. Veškeré informace o podmínkách účasti a výběrových kritériích jsou k dispozici na webových stránkách CzechTrade. Projekt Design 3 je spolufinancován Evropskou unií z Operačního programu Technologie a aplikace pro konkurenceschopnost (OP TAK). Navazuje na úspěšný projekt Design 2, v jehož rámci vzniklo 80 designových inovací, z nichž 73 je stále aktivně v prodeji. Produkty se vyvážely nejen do zemí EU, ale i do USA, Mexika, Singapuru či Austrálie. **(tz)**

Konzultanti-ajtáci vedou žebříček nejvyšších nástupních platů

Červenec ukázal opět naprostou dominanci poptávky po konzultantech IT. Těm firmy nabídly v průměru oproti červnu o 23 600 Kč více. Červenec přinesl zajímavé nabídky nástupních mezd i pro manažery v gastronomii, pracovníky správy pohledávek či pracovníky ostrahy. Vyplývá to z dat pracovního portálu JenPráce.cz, který nabídl v červenci téměř 27 000 pracovních pozic.

Červenec je často vnímám jako období maximálního ekonomického a pracovního tempa v sezónních odvětvích – například v cestovním ruchu, pohostinství nebo zemědělství. Mnozí by tedy mohli čekat, že nabídka nástupních mezd bude nejzajímavější právě ve zmíněných odvětvích. Statistiky pracovního portálu JenPráce.cz však ukázaly, že naprosto dominantním trendem je digitalizace světa a s ní spojená poptávka po zaměstnancích v IT. Z červnové průměrné nástupní mzdy IT konzultantů 62 390 Kč se nabídky posunuly v červenci na 85 990 Kč. „Firmy si uvědomují naprosto klíčovou roli IT odborníků při rozvoji a optimali-

zaci svých technologií a infrastruktury, a jsou ochotny za tuto odbornou pomoc platit čím dál vyšší částky,“ uvedla Anna Kevorkyan, CEO portálu JenPráce.cz. „Z vývoje nabídek nástupních mezd IT konzultantů je vidět, že je jich na trhu takový nedostatek, že o ně firmy bojují dalším navyšováním odměny,“ dodala Anna Kevorkyan.

Druhý nejvyšší posun nástupních mezd už korespondoval s vrcholem léta, kdy jsou potřeba zkušení manažeri pro řízení hotelů a restaurací. Manažeri v gastronomii mohli v červenci nastoupit za 44 950 Kč, tedy v průměru za 26,1 % více než v červnu. Elektroinženýři mohli v červenci získat práci za 50 790 Kč, pracovníci ostrahy pak za 24 010 Kč.

Příspěvek na stravování v čele finančních benefitů

Příspěvek na stravování byl vždy široce akceptován a oceňován zaměstnanci napříč různými věkovými skupinami a obory, protože se týká základních potřeb – jídla a pohodlí během pracovního dne. „Fakt, že tento benefit řadu měsíců předbíhaly finanční bonusy a prémie, je zřej-

mě již historií,“ uvedla Anna Kevorkyan s tím, že příspěvek na stravování skončil v červenci jako nejnabízenější zaměstnanecký benefit, firmy ho nabízely v 10 % případech. Po něm následovala dovolená navíc s 9,7 % a finanční bonusy a prémie s 9 %.

Dělnické profese tvořily 7,6 % celkové nabídky

V červenci bylo na trhu práce nejvíce nabídek na dělnické profese, kterým připadlo celkem 7,6 %. Následovaly pozice operátorů výroby, jež tvořily 4,1 %, a obsluhy strojů s podílem 3,5 %. Mezi profese s nejvíce nabídkami na zaměstnání se dostali také prodáváci a prodavačky, kteří zastupovali 3,4 % všech nabízených pozic. Inzerované nabídky se pak v 2,9 % týkaly administrativních pozic.

Co se týče požadovaného vzdělání, v červenci bylo zcela dostačující základní vzdělání pro 28,9 % nabízených míst. Odborné vyučení bez maturity obsahovala téměř třetina nabídek, konkrétně 33,1 %. Střední nebo odborné vzdělání s maturitou pak splňovalo požadavky na 33,5 % pracovních pozic. Naopak, pouze malá

část (přibližně 4,5 %) pracovních míst požadovala vzdělání na úrovni vyšší odborné školy, bakalářského nebo magisterského studia.

Praha nabídla 17,2 % veškeré práce

Nejvíce pracovních nabídek připadlo v červenci tradičně na Prahu, a to 17,2 %. Na druhém místě byl Jihomoravský kraj s 12,5 % a na třetím Moravskoslezský kraj s 11,6 %. Co se týká brigád, Praha dominovala s 23,6 % nabídek. Středočeský kraj v červenci na portálu JenPráce.cz nabídl 14,4 % a Jihomoravský kraj 12,1 % brigád.

Poměr nabízených brigád činil v červenci 8,3 %

Z dat pracovního portálu JenPráce.cz v neposlední řadě vyplývá, že 91,7 % nabízených pracovních nabídek připadlo v červenci na hlavní pracovní poměr a 8,3 % na brigády. „Poptávku po číšnících, servírkách, barmanech a obsluze v hotelích, kempech nebo restauracích jsme v červenci stále evidovali, i když si firmy na tyto pozice většinou shánějí brigádníky už před začátkem léta,“ dodala Anna Kevorkyan. (tz)

Deset profesí, kterým se za červenec zvýšila průměrná nástupní odměna

profese	prům. nást. odměna v červnu (Kč)	prům. nást. odměna v červenci (Kč)	změna (%)	změna absolutně (Kč)
Konzultant / konzultantka IT	62 389	85 987	37,8	23 598
Manažer / manažerka v gastronomii	35 636	44 950	26,1	9314
Pracovník / pracovnice správy pohledávek	31 060	37 677	21,3	6617
Bankovní pracovník / pracovnice	35 882	43 000	19,8	7118
Provozní / F&B Manager	36 633	43 304	18,2	6671
Elektroinženýr / Elektroinženýrka	44 226	50 785	14,8	6559
Manažer / manažerka prodeje	43 772	49 581	13,3	5809
Pracovník / pracovnice ostrahy	21 217	24 014	13,2	2797
Elektrospecialista / Elektrospecialistka	39 797	44 759	12,5	4962
Technolog / technologka výroby	45 941	51 636	12,4	5695

Deset profesí, kterým za červenec nejvíce vzrostla průměrná nástupní nabízená odměna (absolutně)

profese	změna nabízené odměny (Kč)
Konzultant / konzultantka IT	23 598
Manažer / manažerka v gastronomii	9314
Bankovní pracovník / pracovnice	7118
Provozní / F&B Manager	6671
Pracovník / pracovnice správy pohledávek	6617
Elektroinženýr / Elektroinženýrka	6559
Výrobní ředitel / ředitelka (CTO)	5929
Manažer / manažerka prodeje	5809 Kč
Technolog / technologka výroby	5695
Account Manager / Key Account Manager	5377

zdroj data JenPráce.cz k 31. 7. 2025

V IT podniká 16 600 firem a přes 50 000 OSVČ

Podnikání v segmentu IT se v ČR daří. Podle aktuálních dat Dun & Bradstreet je v ČR aktuálně registrováno 16 636 společností – právnických osob a 50 025 OSVČ, které podnikají v IT. Populace firem i podnikatelů z IT se rozrůstá výrazně rychleji než podnikatelská základna jako celek. „Firmy i podnikatelé v oboru IT v ČR přibývají výrazně rychleji než subjekty působící v jiných oborech činnosti. Podnikatelská základna IT firem se mezi lety 2020–2024 rozrostla o 30 %, zatímco celkový počet firem v ČR se navýšil o 11 %. Ještě podstatně rychleji přibývají OSVČ – zatímco celkový počet fyzických osob – podnikatelů za posledních pět let klesl o 8 %, IT podnikatelů přibýlo 14 %,“ zhodnotila vývoj sektoru předsedkyně představenstva tuzemské pobočky Dun & Bradstreet, Kateřina Klovská.

Loni bylo založeno 1561 firem, které vyvíjejí činnost v oblasti informačních technologií (hlavní NACE 62), což je nejvíce od roku 2018. Podobný trend lze sledovat mezi OSVČ – loni bylo registrováno 3168 nových společností, což je druhý nejvyšší počet za posledních sedm let. Vysoké přírůstky nových podnikatelských subjektů Dun & Bradstreet eviduje i v letošním roce – vzniklo 612 nových firem a podnikání zahájilo 1551 OSVČ.

„Zájem o podnikání v oboru IT je důsledkem kombinace velké poptávky ze strany firem, vysokého potenciálu růstu, možnosti globálního působení a relativně nízkých bariér vstupu do odvětví. IT sektor je také přirozenou půdou pro startupy a investoři technologické projekty milují,“ dodala dále Kateřina Klovská s tím, že rychlý rozvoj lze sledovat například v oblasti kyberbezpečnosti, umělé inteligence a strojového učení, vývoje software a e-commerce, IT poradenství a systémové integrace či mobilních aplikací. (tz)

Dlouhé fronty a čekání na pivo: umělá inteligence zrychluje odbavení zákazníků v letních provozech

Přeplněné stánky s občerstvením, dlouhé fronty, a hlavně spousta ztraceného času. To jsou časté nepříjemnosti, které narušují letní pohodu u vody nebo na hudebním koncertu. Ke slovu se pomalu začíná dostávat technologie, kterou si s prázdninovou atmosférou spojí jen málokdo. Umělá inteligence se podle odborníků může stát tichým pomocníkem, který zlepší nejen efektivitu stravovacího provozu, ale i komfort návštěvníků. Díky jednoduchému AI systému si lidé mohou koupit občerstvení téměř odkudkoliv, stačí naskenovat QR kód a objednávku zadat chatbotovi.

Léto a umělá inteligence je na první pohled zcela nesourodá kombinace. Statistice Čechů totiž během prázdnin alespoň na pár dní hodí práci za hlavu a vyrazí na zaslouženou dovolenou. Přesto se nabízí spousta sezónních situací, kde použití nástrojů umělé inteligence dává smysl. „Znájí to asi všichni. Když je horké léto s teplotami vysoko nad třicet stupňů Celsia, vystát frontu na pivo je nadlidský výkon. V tomhle směru může pomoci jednoduchý AI systém s chatbotem,“ potvrdil Vojtěch Komenda, zakladatel společnosti AI Excellence, které se v Česku věnuje implementaci nástrojů umělé inteligence pro zjednodušení procesů.

Systém funguje jednoduše – návštěvník si vyfotí QR kód pověšený na viditelném místě a už může vybírat z nabídky občerstvení. „S chatbotem pak komunikuje a sdělí mu svou objednávku stejným způsobem, jako by stánek stál přímo před ním. Každý si tak může objednat z deky nebo z první řady u pódiu na konkrétní čas. Teprve ve chvíli, kdy je objednávka připravena, si svoji objednávku vyzvedne, a díky tomu neztrácí čas. Mezitím se může bavit s přáteli, skočit do bazény nebo si naplno užít hudební vystoupení na festivalu,“ vysvětlil Vojtěch Komenda.



Na to, že je objednávka připravená k výdeji, umělá inteligence upozorní zprávou přímo v chatu nebo prostřednictvím e-mailu. Efektivitu celého procesu samozřejmě výrazně zvyšuje možnost platební brány. „Řešení funguje podobně jako samoobslužné kiosky v řetězcích rychlého občerstvení. Ale s tím rozdílem, že lidé nemusí stahovat žádnou aplikaci, ani nikam chodit za účelem si objednat,“ dodal odborník.

Pro odbavení zákazníků v letních provozech slouží na několika místech v České republice vyvolávací systém pomocí sady pagerů, které fungují na principu vibrací nebo zvukových

signálů. Kromě rizika materiální ztráty a údržby je ale potenciální překážkou také omezená vzdálenost od místa prodeje. „Tato zařízení z pohledu úspory času určitým způsobem fungují, zákazníci ale stejně musí zůstat v relativně rozumné vzdálenosti od výdejního místa, a hlavně si tam fyzicky dojít objednat,“ upozornil Vojtěch Komenda.

Řešení za pomoci umělé inteligence nabízí potenciální výhody jak pro prodejce, tak pro samotné návštěvníky. Pro ně je to pohodlný způsob, jak se vyhnout dlouhým minutám ve frontě. Prodejcem naopak může stoupnout počet objednávek, protože existuje část návštěvníků, kteří se právě kvůli dlouhému čekání ke stánku ani nevydají. „Je to velký odrazující faktor. Navíc pokud nebudou muset stát několikametrovou frontu, zkontumují toho ještě víc,“ popisuje Komenda. AI řešení podle něj pomáhá zajistit plynulost provozu především v prodejní špičce, kdy stánkáři bojují s tlakem na rychlý výdej objednaného občerstvení. „Díky menším časovým prodávám tak odbaví vyšší počet objednávek,“ poznamenal expert na umělou inteligenci.

Finanční návratnost vyvolávacího systému, který pracuje s umělou inteligencí, se pohybuje přibližně v jednotkách měsíců. „Velká výhoda AI řešení je v tom, že relativně rychle a jednoduše můžete postavit systém na míru. Léto je pro všechny stravovací provozy vrcholem sezóny, díky umělé inteligenci jej mohou využít na maximum. Provozovatelé budou mít počáteční investici zpět za jedno léto, ne-li dříve. Podle našich zkušeností navíc dokáže zvýšit příjmy o 10–20 %,“ uzavřel Vojtěch Komenda. (tz)

Pravidla pro získání firemní hypotéky

Firemní hypotéka umožňuje podnikům financovat nákup či výstavbu nemovitostí. Je to cenný pomocník, který dobře poslouží, pokud však znáte pravidla, která je třeba respektovat. Jaké jsou možnosti, podmínky a na co si dát pozor?

Hypotéka pro právnické osoby

Hypotéka pro právnické osoby, podnikatelská hypotéka, hypotéka na firmu, firemní hypotéka nebo hypotéka pro s.r.o. jsou označení, se kterými se můžete běžně setkat, i když nejsou zcela přesná. Ve skutečnosti nejde o hypotéku v pravém slova smyslu, ale o firemní úvěr na koupi nemovitosti. Pro zjednodušení budeme i my používat pojem hypotéka pro právnické osoby.

Rozdíl mezi hypotékou pro spotřebitele a firmy

Spotřebitelská hypotéka slouží k financování vlastního bydlení občanů, například nákupu, výstavby nebo rekonstrukce rezidenční nemovitosti. Sjednávají si ji vždy fyzické osoby a banky se při jejím poskytování musí řídit zákonem o spotřebitelském úvěru a dalšími právními předpisy. Ty chrání spotřebitele a zajišťují, aby měl k dispozici dostatek jasných a srozumitelných informací, například o výši úrokové sazby, RPSN nebo možnostech předčasného splacení.

Firemní hypotéka může být využita k financování komerčních i rezidenčních nemovitostí. Pořízená nemovitost musí sloužit k podnikání. Některé banky však umožňují financovat i nemovitosti, které slouží zároveň k bydlení i podnikání. Například lékař si může pořídit ro-

dinný dům, kde bydlí a zároveň provozuje soukromou praxi.

Na rozdíl od spotřebitelského úvěru se firemní hypotéka řídí obchodním právem a podmínky úvěru jsou stanoveny individuálně v rámci obchodní smlouvy. Ochrana dlužníka je v tomto případě nižší a závisí především na vyjednaných podmínkách.

„Firemní hypotéku lze využít na koupi či výstavbu komerčních a rezidenčních nemovitostí určených k podnikání, jejich rekonstrukci, modernizaci nebo developerské projekty. Slouží také k refinancování méně výhodných úvěrů, nákupu investičních bytů, převodu podílů ve firmách s nemovitostí a ke konsolidaci podnikatelských úvěrů do jedné přehledné splátky,“ řekl Jan Klusák, specialista na úvěry pro právnické osoby z fintech startupu Hyponamíru.cz.

Doba splatnosti, úrokové sazby a LTV

Firemní hypotéky se obvykle splácejí do 15 let, některé banky nabídnou až 25 let. Úroky jsou většinou 4,5–6,5 %, u bytových domů a SVJ mohou klesnout pod 4 %. LTV závisí na typu nemovitosti – u rezidenčních až 80 %, u komerčních (sklady, průmyslové areály) jen 40–60 %. Rizikové objekty, jako jsou chemičky, zbrojovky či herny, banky často nefinancují.

Hypotéka OSVČ vs. právnické osoby

Podnikatelské úvěry mohou využít OSVČ i firmy (právnické osoby) k financování nemovitostí souvisejících s podnikáním. Rozdíl je hlavně v ručení. OSVČ ručí celým svým majetkem, tedy i osobním, a při nesplacení může věřitel po-

stihnout jak podnikatelský, tak osobní majetek. Firma, například s.r.o., obvykle ručí jen firemním majetkem, pokud majitel nebo jednatel nepodepíše osobní ručení. V obou případech musí být úvěr použit výhradně na podnikatelské účely, ne na nákup soukromého bydlení pro podnikatele či jeho rodinu.

Jak získat hypotéku pro právnickou osobu

Nejjednodušší cestou je obrátit se na nezávislého úvěrového specialistu, který nabídky bank vyhledá, porovná a pomůže vyjednat nejlepší podmínky. Společně projdete výši úroku, LTV, maximální výši úvěru, dobu splatnosti i možnosti předčasného splacení. Po výběru banky podáte žádost, následuje schvalování – banka prověří hospodaření firmy, účetní závěrky, výkazy, případně podnikatelský plán, a ocení zajišťovanou nemovitost. Po podpisu smlouvy lze čerpat peníze najednou nebo postupně.

Poplatky firemní hypotéky

U firemní hypotéky se můžete setkat s různými poplatky, jejich výše a struktura závisí na konkrétní bance. Mezi běžné patří poplatky za vedení účtu, za sjednání úvěru, za předčasné splacení hypotéky a za odhad nemovitosti.

U rezidenčních nemovitostí se cena odhadu obvykle pohybuje mezi 5000–10 000 Kč podle typu objektu. V případě komerčních nemovitostí, například průmyslového areálu, může být odhad výrazně dražší a dosáhnout i částky přes 50 000 Kč. Některé banky však tyto poplatky v rámci speciálních nabídek dočasně neúčtují. (tz)

Udržitelnost

Udržitelnost v Monetě: nový ESG report přibližuje klíčová témata

MONETA představila report s názvem Udržitelnost v Monetě. Doplního oficiální zprávu vytvořenou dle CSRD směrnice a přináší přehlednější a srozumitelnější pohled na klíčová environmentální, sociální a správní témata, která jsou pro banku zásadní. Tento krok odráží rostoucí potřebu transparentnější a přístupnější komunikace o udržitelnosti, a to nejen vůči investorům, ale také širší veřejnosti.

Oficiální zpráva o udržitelnosti, kterou lze najít ve výroční zprávě banky, musela splnit náročné požadavky nové evropské legislativy – směrnice CSRD, která vyžaduje reportování desítek technicky formulovaných datových bodů. „Z tohoto důvodu jsme se rozhodli připravit další, samo-

statný report o udržitelnosti, který přehledně pokrývá všechna důležitá ESG témata a využívá strukturu a jazyk vhodný i pro širší veřejnost,“ vysvětlil vznik zprávy Tomáš Spurný, generální ředitel a předseda představenstva MONETA Money Bank.

Nově vydaný report přináší přehled dosažených výsledků i konkrétní příklady, jak MONETA v praxi naplňuje principy udržitelnosti. Je vydaný v angličtině, aby byl srozumitelný i pro mezinárodní partnery – slouží jako nástroj transparentní komunikace s investory a nezi-skovými organizacemi, zároveň je však i podkladem pro ESG ratingy. Právě kvalita a konzistence reportovaných dat, na kterých si MONETA dlouhodobě zakládá, umožňuje odborným hodnotitelům objektivně posuzovat její udržitelnost. To se odráží i v opakovaném získávání

prestižních ocenění. V roce 2024 byla banka vyhlášena například Top Odpovědnou firmou roku za nejlepší ESG reporting v Česku, získala cenu ESG Excellence v rámci soutěže Česká Elita a zařadila se mezi Top 10 velkých firem v ESG žebříčku Asociace společenské odpovědnosti. V letošním roce ji navíc Financial Times opět zařadil jako jedinou českou společnost mezi evropské klimatické lídry.

Banka se zabývá oblastí ESG dlouhodobě. Svou první zprávu o udržitelnosti zveřejnila v roce 2017 a od té doby aktivně pracuje na doručení klíčových cílů, mezi které patří mimo jiné snižování uhlíkové stopy, zvyšování zastoupení žen ve vedení a snižování rozdílů v odměňování mezi ženami a muži. Report Udržitelnost v Monetě a informace o ESG strategii Monety lze najít na jejich webových stránkách. (tz)

INZERCE

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

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

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

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

Od dobrého ke skvělému lektorovi

Olga Lošťáková

Praktický průvodce pro ty, kteří chtějí školit s jistotou, nadšením a výsledky. Součástí knihy jsou také videoukázky – jak toho, co funguje skvěle, tak chyb, kterým se vyplatí vyhnout. Díky nim si dovednosti nejen přetete, ale rovnou je uvidíte v akci. Staňte se lektorem, kterého si účastníci pamatují – protože jste je opravdu posunuli. Psycholožka a lektorka s 18 lety praxe vám srozumitelně a prakticky předá to nejlepší, co dnes ve vzdělávání funguje. Proměňte tak školení v příjemný, inspirativní a smysluplný zážitek.



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

TraDiář 2026 – Diář plný tradic pro dny všední i sváteční

Martina Boledovičová,

Martina Viktorie Kopecká

TraDiář 2026 obsahuje a vysvětluje svátky kola roku (například Hromnice, filipojakubskou noc), svátky církevní (postní neděle, pašijový týden, svatodušní svátky), ale i svátky současné. TraDiář komentuje i původní podstatu svátků a inspiruje zájemce, jak a proč je slavit. S naším diářem pochopíte souvislosti jednotlivých významných dnů, které nás vedou k neměnnému základu – k přírodě a naší propojenosti.

Naše kavárna

Jan Berka novým hlavním ekonomem Portu

Investiční platforma Portu posílila analytický tým o renomovaného makroekonomu Jana Berku, který přináší více než deset let zkušeností z oblasti financí a investic. Ve své nové roli se zaměří na komentování makroekonomického vývoje.

Martina Jůzová investiční ředitelkou v týmu Wood Real Estate

Martina Jůzová posílí na pozici investiční ředitelky realitní divizi Wood & Company. Jako zkušená profesionálka s praxí v oblasti realit a financí povede rozvoj investičních aktivit se zaměřením na rezidenční segment.

Nové vedení společnosti Skladon

Fulfillmentová společnost Skladon oznámila změny ve vedení od 1. července 2025. Do čela společnosti byl jmenován Martin Kolouch, který přináší rozsáhlé zkušenosti z vrcholového managementu v bankovníctví, logistice a finančních službách. Na pozici HR manažerky nastoupila Kateřina Funk, která přichází s praxí z průmyslových a logistických společností z ČR i zahraničí.

Sponzoring, charita, pomoc

Pomáhá už 30 let

Společnost Volkswagen Financial Services v letošním roce slaví výročí několika významných partnerství v oblasti charitativní a společensky odpovědné činnosti. Už 30 let VWFS pomáhá Centru Paraple. Poslední desetiletí je také ve znamení úzké spolupráce s organizací Sue Ryder. Přítelou spoluprací završuje společnost s platformou Breakfaststory. Celkově přední poskytovatel mobility v letošním roce rozdělí charitativním projektům částku 750 000 Kč. (tz)

Lego naší legislativy

Úřad uložil opětovně pokuty třem vydavatelům stravenek v celkové výši přes 279 milionů korun

Úřad pro ochranu hospodářské soutěže rozhodl v prvním stupni o opětovném uložení pokut vydavatelům stravenek, přičemž ve výročních o pokutách upřesnil, za co jsou pokuty ukládány, jak měl uloženo rozhodnutím předsedy z roku 2023. Toto rozhodnutí předsedy pravomocně rozhodlo o skutku. V současné době Krajský soud v Brně řeší žaloby podané proti tomuto rozhodnutí.

Výše pokut uložených účastníkům řízení za horizontální dohodu zůstává stejná:

- Pluxee Česká republika a.s. (dříve Sodexo Pass Česká republika a.s.) – 132 271 000 Kč
- Edenred CZ s.r.o. – 101 940 000 Kč
- Up Česká republika s.r.o. – 44 941 000 Kč.

Rozhodnutí není pravomocné, účastníci řízení proti němu mohou podat rozklad k předsedovi Úřadu.

Úřad již v roce 2022, resp. 2023, prokázal v rozhodnutích prvního i druhého stupně, že uvedené společnosti v období od 1. 5. 2004 do 25. 6. 2018 koordinovaly svoje obchodní podmínky vůči obchodním řetězcům ohledně přijímání stravenek za jeden nákup (zákazníci mohli uplatnit při nákupu v obchodních řetězcích maximálně pět kusů papírových stravenek). Tento postup představoval jednání ve vzájemné shodě, čímž vydavatelé stravenek uzavřeli a plnili zakázanou dohodu narušující hospodářskou soutěž na trhu vydávání, prodeje a odkupu papírových stravenek a služeb s tím souvisejících na území České republiky, která byla rovněž způsobila ovlivnit obchod mezi členskými státy Evropské unie. Došlo tak k porušení národního i unijního soutěžního práva. Protisoutěžní jednání bylo prohlášeno za zakázané a neplatné. (tz)

Pražská energetika úspěšně zvládla rok 2024, posílila tržní pozici

Skupina PRE je stabilní a prosperující uskupení v oblasti energetiky s dlouholetou tradicí na českém trhu. Dodává elektřinu do téměř 870 000 odběrných míst a z hlediska objemu dodávek je druhým největším dodavatelem elektřiny v České republice. Prostřednictvím své největší dceřiné společnosti PREdistribuce, a. s., je také provozovatelem nejspolehlivější distribuční sítě v ČR. V rámci své činnosti podporuje využívání moderních technologických řešení a poskytuje poradenství v oblasti zavádění inovativních technologií a dosahování energetických úspor. Mezi základní aktivity Skupiny PRE patří prodej, obchodování s elektřinou a plynem po celém území ČR, distribuce elektřiny, její výroba a doplňkové energetické služby.

V červnu oznámila, že rok 2024 uzavřela s velmi dobrými hospodářskými výsledky, které potvrzují její stabilní postavení na trhu a silný potenciál k dalšímu růstu. I přes doznívající cenovou regulaci dokázala meziročně zvýšit objem dodávek elektřiny i plynu, realizovat klíčové investice a úspěšně pokračovat v transformaci směrem k udržitelné energetice.

Konsolidovaný provozní zisk EBITDA dosáhl v uplynulém roce výše 5,77 miliardy korun, což představuje 18% překročení plánu, a to i přes meziroční pokles hodnoty EBITDA způsobený

především pomalejší stabilizací tržních podmínek po cenové regulaci v roce 2023. Čistý zisk činil vloni 2,98 miliardy korun a přiblížil se výsledku z předchozího roku (3,12 miliardy korun).

Výrazně vzrostla obchodní výkonnost společnosti, zejména v oblasti dodávek elektřiny. Ty se meziročně zvýšily o 9 % na 6,65 TWh. Dodávky plynu se dokonce zdvojnásobily na 1,73 TWh. PRE tak potvrdila svou roli významného hráče na trhu. Z pohledu objemu dodávek elektřiny již druhým rokem v řadě obsadila pozici druhého největšího dodavatele elektřiny na tuzemském trhu, jak vyplývá z dat OTE.

„S radostí mohu říci, že loňský rok byl pro celou Skupinu PRE rokem velmi úspěšným. Podařilo se zvýšit objem dodávek elektřiny našim zákazníkům o 9 %, což z nás učinilo druhého největšího dodavatele elektřiny na tuzemském trhu. Koncem roku 2024 jsme pod značkami PRE a Yello dodávali elektřinu a plyn už do téměř 870 000 odběrných míst, což je nejvyšší počet v historii PRE,“ uvedl generální ředitel Pavel Elis.

Rekordní peníze

Celkové kapitálové výdaje vzrostly o 20 % na 2,97 miliardy korun, zejména díky projektům modernizace distribuční sítě, rozšiřování dobíjecí infrastruktury pro elektromobily a výstavbě solárních elektráren.

Distribuce a modernizace

Společnost PREdistribuce ze Skupiny PRE, jeden ze tří provozovatelů distribuční sítě v ČR, investovala v uplynulém roce rekordních 2,4 miliardy korun do obnovy a modernizace své sítě. Meziročně to bylo o 255 milionů více.

„Investice směřovaly zejména do výstavby a modernizace transformoven a jejich systémového propojení. Dále do programu modernizace sítí vysokého a nízkého napětí, do rozvoje chytrých sítí a do postupného zavádění automatizovaných měřicích systémů AMM,“ upřesnil generální ředitel Pražské energetiky Pavel Elis.

Na konci roku 2024 bylo k distribuční síti PREdi připojeno více než 847 000 odběrných míst, což představuje meziroční nárůst zhruba o 1,1 %. Celkový objem distribuované elektřiny dosáhl na území Prahy 5,98 TWh na všech úrovních napětí.



E-mobilita

Pražská energetika v roce 2024 výrazně rozšířila dobíjecí infrastrukturu pro elektromobily. Zprovoznila 84 nových veřejných dobíjecích stanic a ke konci roku jich provozovala celkem 744, čímž se stala druhým největším provozovatelem veřejné dobíjecí sítě v ČR. Uskutečněno bylo vloni 412 000 dobití, což představuje meziroční nárůst o 35,5 %. Počet zákazníků využívajících dobíjecí čip PRE se zvýšil o 68 % a celková spotřeba elektrické energie pro veřejné dobíjení dosáhla 7,57 GWh, tedy o 44 % více než v roce 2023.

Obnovitelné zdroje a akvizice

PRE posílila své postavení i v oblasti obnovitelných zdrojů – výroba z OZE meziročně vzrostla o 13 % na 41 GWh. Růst bude pokračovat i v příštích letech, zejména díky intenzivní výstavbě nových solárních elektráren. V roce 2024 byly úspěšně zahájeny práce na dosud největším fotovoltaickém projektu PRE. V Novém Sedle na Sokolovsku vznikla fotovoltaická elektrárna s instalovaným výkonem více než 22 MWp. Významným strategickým krokem byla rovněž

akvizice skupiny SOLIDSUN, lídra v oblasti instalací fotovoltaických elektráren, která přináší know-how, kapacity i projekty s vysokým potenciálem pro budoucí rozvoj.

Digitalizace a zákaznické inovace

PRE také výrazně investuje do digitalizace. Klíčové platformy jako Moje PRE pro segment B2C a Katka pro B2B umožňují zákazníkům pohodlněji řídit svou spotřebu, optimalizovat nákupní strategie a reagovat na tržní vývoj. V roce 2024 využilo aplikaci Moje PRE více než 200 000 zákazníků z řad domácností, počet přístupů dosáhl téměř dvou milionů.

Strategie do budoucna

PRE potvrzuje svůj závazek klimatické neutrality do roku 2030. Plánuje rozšíření výroby z obnovitelných zdrojů o stovky MW, investice do bateriových úložišť a další podporu decentralizované energetiky. „Strategie Skupiny PRE počítá s tím, že do roku 2030 bude instalovaný výkon našich obnovitelných zdrojů dosahovat 300 megawatt,“ dodal generální ředitel Pražské energetiky Pavel Elis. (tz)



V síti PRE Point přibýlo ve druhém čtvrtletí 33 nových dobíjecích stanic pro elektromobily

Pražská energetika v letošním druhém čtvrtletí zprovoznila 33 nových veřejných dobíjecích stanic pro elektromobily v síti PRE Point. Od začátku roku to bylo dohromady 67 stanic. Majitelé elektromobilů tak dnes mohou využívat celkem 868 dobíjecích stanic PRE Point, u kterých může v jednu chvíli dobít až 1354 elektromobilů. Jde tak o druhou největší dobíjecí síť v Česku; 779 dobíjecích stanic je ve vlastnictví Pražské energetiky, zbylých 89 provozuje PRE v partnerském režimu.

V druhém kvartálu letošního roku zákazníci uskutečnili téměř 128 000 dobíjecích transakcí, což představuje meziroční nárůst o 37,5 %. Řidiči elektromobilů využili mezi dubnem a červnem k dobití svých vozů celkem 2,5 GWh, což představuje meziroční nárůst o 52,5 %.

„Ve druhém čtvrtletí se z našeho pohledu odehrálo mnoho významných milníků spojených s elektromobilitou. Pražská energetika výrazně rozšířila svou dlouholetou spolupráci se společnostmi OMV Česká republika a do roku 2030 společně v ČR nainstalují 113 nových ultrarychlých dobíjecích stanic na 48 nových lokalitách. Zároveň se nám povedlo dokončit projekt instalace platebních terminálů, kterých

dnes máme 47 na různých místech s ultrarychlým dobíjením tak, jak nám ukládá evropské nařízení AFIR. Všechny nově instalované ultrarychlé stanice pak budou platebním terminálem vybaveny automaticky. K tomu všemu jsme zprovoznili dalších 33 dobíjecích stanic, včetně prvních dvou s výkonem 400 kW umístěných jako dobíjecí hub v Novovysočanské ulici v Praze,“ komentoval úspěchy Libor Hladík, vedoucí sekce Emobilita v Pražské energetice.



Pozitivní je i nárůst počtu bateriových vozidel v Česku. „Jen za první pololetí bylo registrováno téměř 7000 elektromobilů, což představuje meziroční nárůst o 66 %. Celkový počet provozovaných osobních bateriových vozidel se tak významně přiblížil hranici 50 000,“ potvrdil Lukáš Kadula z Centra dopravního výzkumu. Celkový počet provozovaných elektromobilů se tak promítá i do celkové spotřeby na dobíjecích stanicích PRE Point. V loňském druhém čtvrtletí

byla průměrná měsíční spotřeba sítě PRE Point na úrovni 545 MWh, v letošním druhém kvartálu vzrostla na průměrných 831 MWh.

Celkový výkon veřejné dobíjecí sítě PRE Point dosáhl hodnoty 32,9 MW. Od dubna do června letošního roku se meziročně zvýšila i průměrná spotřeba na jednu dobíjecí transakci na 19,5 kWh. Nejvíce pak zákazníci dobíjeli na ultrarychlých stanicích, kde průměrná spotřeba na jednu transakci dosáhla 29,6 kWh. Nejvyšší celkovou měsíční spotřebu zaznamenala síť PRE Point v červnu, kdy zákazníci do svých vozů dobili celkem 854 MWh elektrické energie z obnovitelných zdrojů. Celková spotřeba v prvním kvartálu pak dosáhla hodnoty 2,5 GWh, což znamená meziroční nárůst o 52,5 %. O 40 % se zvýšil i počet unikátních zákazníků sítě PRE Point. Opět meziročně vzrostlo i využití dobíjecích stanic. Utilizace podle výkonu dobíjecích stanic na 3,39 %, což znamená meziroční nárůst o 27,5 %. Časová utilizace pak narostla na 6,94 %, vloni to bylo jen 5,43 %. Nejvyšší spotřebu zaznamenala dobíjecí lokalita Vločka elektrické energie, následovala lokalita v KFC Loket se 42 MWh a 40 MWh načerpali řidiči v Centru Moravia Olomouc. Nejvyšší denní spotřebu, konkrétně 33,3 MWh, zaznamenala síť PRE Point ve čtvrtek 12. června. (tz)