

Sklad je srdcem prodejní sítě

ROSSMANN ve spolupráci s developerem CTP zahájil výstavbu nového logistického centra CTPark Prague North v Úžicích u Prahy. Moderní areál o rozloze více než 30 000 m² bude po dokončení v roce 2026 největším zázemím společnosti pro distribuci drogerie v České republice. Pro ROSSMANN představuje jednorázovou investici ve výši více než půl miliardy korun do technologie a vybavení nového skladu, dosud největší za celou dobu jeho působení na českém trhu. Podpoří tak svou další expanzi i dlouhodobý růst. V rámci evropské skupiny ROSSMANN se podobně rozsáhlý projekt aktuálně dokončuje také v Maďarsku.

ROSSMANN nabízí nejširší drogistický sortiment na českém trhu, kde přední místo zaujímají inovace v oblasti beauty, ale i zákaznický ověřené výrobky v péči o rodinu. Novinky přicházejí na pulty drogerií ROSSMANN každý měsíc, což klade vysoké nároky na logistiku. V nabídce řetězce je více než 17 000 produktů. Současná kapacita skladu již naráží na své limity, proto se firma v dlouhodobém horizontu rozhodla hledat další možnosti.

Denně se ze stávajících skladových kapacit odbaví zhruba 80 nákladních vozů, včetně kamiónů, a zaměstnanci při kompletaci objednávek urazí až 12 km za osmihodinovou směnu. Ročně projde skladem přes čtvrt miliónu palet. Podrobněji jsem o projektu hovořila s Tomášem Pimparou, ředitelem logistiky společnosti ROSSMANN:

Pokud bychom nebyli schopni zásobit prodejny i e-shop v dostatečném předstihu, množství a kvalitě, ztratili bychom nejen tempo růstu, ale i konkurenceschopnost. A to zcela jistě nechceme, naopak.



Tomáš Pimpara, ředitel logistiky společnosti ROSSMANN

Začala výstavba nejrozsáhlejšího skladového zázemí společnosti ROSSMANN v České republice. Zároveň je to vaše dosud největší investice. Co od tohoto kroku očekáváte?

Nové logistické centrum CTPark Prague North je pro nás, bez nadsázky, vstupem do nové éry naší logistiky. Jsme nejrychleji rostoucím drogistickým řetězcem na českém trhu a tomuto tempu musí odpovídat i skladové zázemí. Chceme posílit dostupnost našeho sortimentu v celé jeho šíři na prodejních a současně být zázemím i pro náš e-shop. K tomu musíme myslet také na další expanzi a rozvoj naší prodejní sítě. Jen za poslední dva roky stavíme skoro 50 nových prodejen. Tato půlmiliardová investice nám přinese mimo jiné moderní technologie, díky nimž budeme efektivněji řídit zásoby, snižovat fyzickou zátěž pro naše zaměstnance i aplikovat udržitelnější principy v rámci logistiky.

Znamená to, že dosavadní prostory již nestačí rostoucí nabídce zboží? A zůstanou zachovány pro potřeby ROSSMANNu, nebo se celý skladovací prostor přesune do nového objektu?

Blížíme se limitu našich skladových potřeb, a proto musíme dlouho dopředu plánovat budoucí kapacitu. S tím bude spojena i nezbytná modernizace logistického provozu, například využití umělé inteligence pro predikci zásob nebo vychystávání zásob metodou Pick by light, která sníží počet denně nachozených kilometrů našich zaměstnanců ze 12 na dva. Po dokončení stavby, zavedení nových technologií i požárně bezpečnostních opatření nás čeká přesun kompletního stávajícího skladu na nové místo v CTPark Prague North. Naštěstí to není daleko, je to prakticky v sousedství.

pokračování na straně 4

Trh se zlatem v České republice ztrojnásobil

Trh se zlatem v České republice za posledních deset let vzrostl zhruba trojnásobně. Do zlata nyní investuje podle kvalifikovaného odhadu přes 5 % populace, před pěti až deseti lety to byla asi jen 3 %, řekl Libor Brůna, předseda představenstva Golden Gate.

Letos se očekává objem obchodů se zlatem a stříbrem v objemu zhruba 12 miliard korun. Před deseti lety šlo zhruba o čtyři miliardy. Průměrný desetiletý výnos investic do zlata v České republice tak činí podle dat Golden Gate zhruba 160 %, pětiletá investice pak znamenala zhodnocení zhruba o 90 %. Celkové zhodnocení investic do drahých kovů jen u této společnosti je za dobu její existence celkem 13 miliard korun. Zlato se drží na pátém místě mezi nejoblíbenějšími formami investic, podle srpnového průzkumu společnosti IBRS mu důvěřuje 52 % oslovených, v meziročním srovnání se tato hodnota výrazně nemění. Například v roce 2022, kdy cena zlata prudce vzrostla z důvodů války na Ukrajině, Češi do zlata u Golden Gate investovali čtyři miliardy korun a v případě jeho

prodeje by si na konci loňského roku odnesli přes 5,4 miliardy.

Nejvyhledávanějším zlatým produktem Golden Gate je dlouhodobě slitky 1oz. V případě stříbra je to pak dlouhodobě 1kg stříbrný slitek. Letos je ale nejprodávanější stouncový stříbrný slitek uskladněný ve Švýcarsku, především díky úspoře DPH.

Cena zlata v těchto dnech prolomila historický rekord a dosáhla úrovně 3700 USD za troyskou uncii, což představuje nárůst o 41 % od začátku roku. Největší zájem je tradičně o zlato, nicméně výrazně roste také poptávka po stříbre. To po 14 letech překročilo hranici 40 USD za troyskou uncii a meziroční zájem v srpnu vzrostl u Golden Gate 2,5násobně. „Růst cen drahých kovů odráží nejen globální ekonomickou nejistotu, ale i pokračující důvěru investorů v dlouhodobou hodnotu zlata a stříbra. Češi čím dál více přemýšlejí o ochraně svého majetku prostřednictvím reálných aktiv,“ uvedl Libor Brůna.

Společnosti Golden Gate, lídru v prodeji investičních drahých kovů, vzrostly tržby za první osm měsíců roku 2025 o 63 % a překročily hranici dvou miliard korun. Stále více českých investorů do drahých kovů má zájem také o bit-

coin coby alternativu nebo doplnění portfolia. Podle dat sesterské společnosti GG Digital dosáhl její obrát za prvních osm měsíců letošního roku 550 miliónů korun, což představuje meziroční nárůst o 22 %.

Před rokem vzniklá Golden Gate investiční společnost za první rok fungování zaznamenala investice do svých fondů ve výši 723 miliónů korun. Výkonnost fondu od založení činí 6,7 % a investovalo do něj již více než 3500 klientů. Ve stejném období české smíšené fondy podle Partners Index vykazují zhodnocení jen 3,5 %.

Hlavními problémy světové, ale i české ekonomiky jsou podle analytika společnosti Pavla Ryby stárnoucí populace, neudržitelné deficity státních rozpočtů, deglobalizace a dekarbonizace a společným jmenovatelem těchto vlivů je rostoucí inflace, která je bohužel zřejmě jedinou cestou, jak předlužené státy budou řešit svoji neudržitelnou dluhovou a rozpočtovou situaci.

Golden Gate působí na českém trhu od roku 2011 a patří mezi největší obchodníky s drahými kovy. Klientům nabízí investiční zlato, stříbro, platinu, a díky dalším společnostem ve skupině Golden Gate také možnost investovat do digitálních aktiv a vlastních investičních fondů. (tz)

Generálním dodavatelem největší solární elektrárny v ČR jsou čeští Greenbuddies

V severočeské obci Modlany poblíž Teplic vzniká obří solární park o výkonu přesahujícím 41,8 MWp, jeho součástí je i bateriové úložiště s kapacitou téměř 42 MWh a výkonem 35 MW. Jde o největší fotovoltaiku s bateriovým úložištěm, která je u nás aktuálně ve výstavbě.

Generálním dodavatelem zakázky je česká společnost Greenbuddies specializující se na výstavbu průmyslových fotovoltaik a bateriových úložišť v České republice a v 18 zemích EU. Solární park vzniká na místě těžební výsypky, a kromě výroby a uskladnění elektrické energie může rovněž poskytovat služby výkonové rovnováhy, které pomáhají stabilizovat distribuční síť. Celý projekt, včetně zajištění pozemku a dalších potřebných úprav, je v hodnotě 1,2 miliardy korun.

„Podílíme se na komplexním vyhotovení díla. To zahrnuje vypracování realizační dokumentace pro dodávku technologie a její výstavbu i uvedení do provozu,“ uvedl Ondřej Vodsoň, spoluzakladatel společnosti Greenbuddies, a pokračoval: „Česká republika začíná následovat trend velkých pozemních solárních parků a také bateriových úložišť, který je v zahraničí zjevný již několik posledních let. Předpokládáme, že podobných elektráren u nás vznikne do budoucna hodně a jsme rádi, že můžeme stát u zrodu tohoto trendu.“ Stavba solární elektrárny začala koncem roku 2024 na území brownfieldu o rozloze zhruba 30 ha, kde nyní vzniká největší solární park v ČR. Tvořit jej bude přes 58 300 panelů o nominálním výkonu 720 Wp. Ukotveny budou zhruba 30 000 piloty, které budou zajišťovat robustní a stabilní konstrukci. Zprovoznění první etapy fotovoltaické elektrárny je v plánu koncem roku 2025.

Zatím největší rozvoj solárních parků v Česku byl v letech 2009 a 2010, od té doby ale tento segment trhu 13 let stagnoval. Rok 2023 byl v tomto ohledu přelomový – Česko se vrací podle dat Solární asociace mezi fotovoltaické trhy, které meziročně vzrostly zhruba o 1000 MW. Přispěly k tomu i finanční dotace ze státního Modernizačního fondu, jejichž cílem je významně urychlit přechod na obnovitelné zdroje energie. Také evropský trh s bateriemi zažívá zejména v posledních třech letech boom. Česká republika se k němu přidala až minulý rok, kdy podle analýzy společnosti SolarPower Europe instalovala 920 MWh, tedy přibližně 5 % roční kapacity přidané v Evropě, a země se tak zařadila mezi Top 5 hlavních trhů za Německo, Itálii, Spojené království a Rakousko. Investorem projektu je Katemo Group a financujícím partnerem je Česká spořitelna. (tz)

Najdete uvnitř listu

Osobní kontakt a možnost přímé komunikace je i v dnešní digitální době naší velkou konkurenční výhodou **3**

Nejvíc nás baví ty projekty, kde je proces digitalizace extrémně těžký a komplikovaný **5**

Pro náročnější klienty jsme připravili službu Invia Premium **7**

Konference Dny kvality 2025: spojení kvality a inovací **9**

Nová platforma zaměstnavatelů má posílit zdraví zaměstnanců i zdravotní systém **11**

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: brix@iprosperita.cz

Datum vydání: 13. října 2025

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

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

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

Korektury: Mgr. Pavla Rožníčková

Grafická úprava: Michal Schneidewind

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

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

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

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

Časopis je v roce 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 hledejme
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

Zázraky v obchodní komunikaci

Dějí se, ať si o tom myslí kdokoli cokoli. Respektuji tvrzení, že náhoda neexistuje, ale zázraky se dějí. Moje zkušenost je jasná. Když se blíží průšvih, zasáhne v mém případě vyšší moc a malér se obrátí v dobro. Vznikne to, co bylo domluveno, podepsáno. Netuším, proč tomu tak je. Možná proto, že život má rub i líc. A každá žizeň má řešení. Asi to funguje.

Eva Brixí

Zaujalo nás

Český design bodoval

Devět českých firem představilo své výrobky a technologie díky agentuře na podporu obchodu CzechTrade na jedné z největších národních expozic designového veletrhu FIND – Design Fair Asia. Již třetí účast českých společností na prestižní singapurské akci přinesla velké obchodní úspěchy – od prodeje uměleckého díla singapurskému miliardáři až po desítky B2B jednání a stovky nových kontaktů. Česká expozice o rozloze 120 m² se stala jedním z nejnavštěvovanějších míst veletrhu a potvrdila rostoucí zájem jihovýchodní Asie o kvalitní český design.

Z Česka přijelo do Singapuru představit své výrobky, design a technologie devět firem z oblasti sklářství, interiérového a urban designu nebo výroby hudebních nástrojů. Díky skvělé práci Monument Office studia, v jehož čele stojí Václav Mlynář, se Česká národní expozice řadila mezi nejvíce oceňované národní prezentace.

Přichozí nadchla například expozice společnosti RAVAK, která pozornost poutala barevnými koupelnovými řešeními, zejména pak růžovou vanou. Firma Petrof, celosvětově známá pro své ikonické klavíry, lákala návštěvníky na živé hudební vystoupení singapurského pianisty. Společnost Sans Souci Lighting, výrobce skleněných instalací na míru, ukázala, že českému sklu sluší také moderní design. Návštěvníky nadchla instalací Solar Wind.

(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
10. MANAŽER ROKU 2024
11. Konference Odpady 2025 netradičně

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.

Obchod s pohledávkami roste v Česku dvouciferným tempem

V prvním pololetí letošního roku pokračoval vysoký zájem o odkup pohledávek z podnikatelské činnosti. Factoringové společnosti sdružené v České leasingové a finanční asociaci a v Asociaci factoringových společností za prvních šest měsíců roku 2025 odkoupily pohledávky za 158 miliard korun, což znamená meziroční nárůst o 13 %.

„Rychlý růst factoringového trhu v prvním pololetí 2025 je poháněn zvýšenou potřebou firem optimalizovat cash-flow a řídit jejich odběratelská rizika v nejistém ekonomickém prostředí. Firmy stále více využívají factoring jako strategický nástroj pro zajištění jejich finanční stability a optimalizaci pracovního kapitálu,“ uvedl Karel Nováček, místopředseda představenstva ČLFA a předseda představenstva Factoringu České spořitelny.

Z celkového objemu factoringu v prvním pololetí připadlo 72 % na bezregresní factoring (meziročně se podíl zvýšil o 12 %). Právě u této formy postoupení pohledávky přechází riziko nezaplacení faktury na factoringovou společnost. Podíl regresního factoringu, kdy při nezaplacení pohledávky zůstává riziko na straně klienta, klesl na 28 %.

„Trend růstu bezregresního factoringu potvrzuje rostoucí důraz firem na prevenci rizik a stabilitu provozního financování v nejistém ekonomickém prostředí. Vlivy jako inflace, růst počtu insolvenčních řízení nebo geopolitická nestabilita přirozeně vedou k větší opatrnosti napříč segmenty. Aktivní správa pohledávek a ochrana proti úpadku odběratelů na-

bývá v takovém období na důležitosti, a využití bezregresního factoringu je tedy zcela logickou volbou.

Zatímco dříve byl vnímán jako nákladnější alternativa, dnes firmy stále častěji oceňují jeho komplexní přínosy – od přenosu rizika přes zajištění cash flow až po úsporu interních kapacit. Bezregresní factoring se tak z nástroje pro vybrané situace stává standardní součástí finančního řízení mnoha firem,“ doplnila Dita Babincová Doleželová, předsedkyně představenstva společnosti UniCredit Factoring Czech Republic and Slovakia.

Necelé tři čtvrtiny factoringových kontraktů v minulém roce byly tuzemské. Přibližně 27 % představoval exportní factoring a pouhé 1 % připadlo na importní.

Factoring je komplexní služba, která nabízí víc než jen financování pohledávek před jejich splatností. Factoringové společnosti odkoupené pohledávky spravují a inkasují, což přináší úspory v personální a administrativní oblasti a fakticky mění fixní náklady na zaměstnance na variabilní náklad za nakupovanou službu. Factoringová společnost také může svým klientům garantovat, že za své pohledávky dostanou vždy zaplacenou, a to je v dnešní náročné ekonomické situaci velmi žádaný benefit.

Factoring na českém trhu nabízejí společnosti sdružené v České leasingové a finanční asociaci, tedy ČSOB Factoring, Factoring KB, Factoring České spořitelny, UniCredit Factoring a Bibby Financial Services a dále také Raiffeisenbank. Všechny tyto společnosti jsou sdružené v Asociaci factoringových společností. Členy AFS jsou také komerční pojišťovny Allianz Trade, Atradius, Coface a Credendo.

(tz)

MPO podpoří digitalizaci malých a středních podniků

Ministerstvo průmyslu a obchodu vyhlašuje I. výzvu aktivity Digitální podnik – digitální technologie z Operačního programu Technologie a aplikace pro konkurenceschopnost. Výzva je určena na podporu digitalizace malých a středních podniků v oblasti automatizace, digitalizace dat a efektivnějšího propojení a řízení podnikových procesů. Žádosti bude možné podávat od 20. 10. 2025 do 18. 2. 2026 prostřednictvím portálu ISKP2021+.

Pro výzvu Digitální podnik – digitální technologie – výzva I. platí splnění podmínky počáteční investice dle nařízení GBER. Žadatelem, resp. příjemcem, mohou být podniky splňující definici malých a středních podniků s místem realizace v přechodových regionech.

Výzva je vyhlášena v rámci specifického cíle 1.2 zaměřeného na Využívání přínosů digitalizace pro občany, podniky, výzkumné organizace a veřejné instituce. Jejím cílem je podpořit zvyšování digitální úrovně podniků na českém trhu prostřednictvím financování nákupu a implementace pokročilých digitálních technologií.

Parametry výzvy byly konzultovány s podnikatelskými svazy a asociacemi. Její finální podobu také projednala a doporučila k vyhlášení Platforma pro digitalizaci hospodářství.

(tz)

Partneři www.iprosperita.cz

partner plus:



partneři:



odborní partneři:



Prosperita vás provází děním v businessu už 26 let!

Osobní kontakt a možnost přímé komunikace je i v dnešní digitální době naší velkou konkurenční výhodou

Přišlo vám právě vyúčtování spotřebované elektřiny, potřebujete něco vysvětlit, zkoumáte, jak ušetřit ve firmě za ohřev vody a topení? A jste klientem Pražské energetiky? Pak vám zcela jistě přijde vhod konzultace v zákaznickém centru. Zamíříte-li do toho v Jungmannově ulici v naší metropoli, určitě budete příjemně překvapeni. Je kompletně zrekonstruované a nabízí skutečně špičkové prostředí pro klienty i zaměstnance. Mgr. Petr Wolf, vedoucí oddělení Zákaznické centrum Pražské energetiky, a.s., vysvětlil, jak takové pracoviště funguje a na jakých principech staví:

Vaše zákaznické centrum v centru Prahy prošlo rozsáhlou rekonstrukcí a již zase návštěvníkům slouží. Proč jste ho chtěli změnit, vylepšit?

Od poslední rekonstrukce pobočky již uběhla řada let a její původní prostory neodpovídaly standardům a potřebám při osobní obsluze zákazníků. Cílem rekonstrukce tak bylo vytvořit moderní a příjemné prostředí nejen pro naše zákazníky, ale i pro samotné zaměstnance.

I jim jste se rozhodli nabídnout komfortnější pracovní prostředí. Mají k dispozici oproti minulosti určité výhody, lepší zázemí?

Při plánování úprav jsme se samozřejmě zaměřili i na tento aspekt. Nejvíce diskutovanou oblastí bylo celkové klima pobočky a její světlý komfort. V rámci rekonstrukce byl proto kompletně inovován přepážkový prostor a instalovány nové akustické podhledy, včetně moderního a úsporného osvětlení. Dále došlo k nezbytným úpravám distribučních elementů vzduchotechniky, včetně výměny jednotek. K výrazně lepšímu klimatu také zásadně přispívá dominanta naší pobočky – živá květinová stěna s automatickým zavlažovacím systémem. Zajímavým technologickým prvkem je mediální stěna, jejíž tři průmyslové obrazovky a centrální televizi využíváme pro marketingové účely.

Ostatně právě na pracovnících zákaznického centra hodně záleží, jakou image Pražská energetika bude mít. Na jejich profesionalitě, zkušenostech, znalostech i umění domluvit se. Co děláte pro to, aby byli mistři v komunikaci, aby rozlíceného stěžovatele dokázali uklidnit, přimět ho, aby vnímal, co mu vysvětlují?

Obecně pro zaměstnance našich poboček platí, že jsou schopni zcela samostatně pracovat až po jednom roku praxe. Každý nový zaměstnanec nejprve projde tříměsíčním odborným a komunikačním školením. Následně je mu přiřazen zkušený pracovník (mentor), který mu pomáhá v těžkých začátcích.



Mgr. Petr Wolf, vedoucí oddělení Zákaznické centrum Pražské energetiky, a.s.

Znamená to, že využíváte i psychologický koučink, mentora a školení k tomu, jak zvládnout například emoce, jak vhodně argumentovat?

Každý zaměstnanec má navíc svého supervizora, který s ním řeší konkrétní situace z praxe. To znamená nejen rozvoj tvrdých i měkkých dovedností, ale také zprostředkování určitého nadhledu na jeho pracovní výkon, samozřejmě v rozvojovém duchu. Snažíme se tedy nejen rozvíjet pracovní schopnosti našich zaměstnanců, ale také zlepšovat jejich vlastní sebereflexi. Dále pravidelně každý rok organizujeme externí školení zaměřené na zvládání stresu, asertivitu či argumentaci a prodejní dovednosti.

Kolik odborníků vaše dvě zákaznická centra mají (to druhé se nachází v Praze 4) a kolik jich působí v call centru? Hlásí se zájemci o činnost na těchto pracovištích?

Celé naše oddělení čítá celkem 80 zaměstnanců, z čehož na zákaznické centrum Adria jich připadá 48. Na naší druhé pobočce na Praze 4, v zákaznickém centru Vladimírka, aktuálně pracuje 20 zaměstnanců. Dále máme specialisty v paláci TeTa, kteří se zabývají požadavky ze segmentu B2B a developerskými projekty. Každá pobočka je rozdělena do tří oblastí dle specializace – jde o smluvní záležitosti, fakturaci a pohledávky a technické záležitosti. Trh práce je v posledních letech poměrně napjatý, ale zájemců máme stále dostatek. Dokonce občas zaznamenáváme poptávku o zaměstnání z řad našich zákazníků.

Naše Zákaznická linka je dalším velkým útvarem, kde aktuálně pracuje celkem 87 zaměstnanců a při obsluze tazatelů s nimi spolupracujeme na denní bázi, byť se nacházejí v jiných lokalitách.

Jsou zaměstnanci na tomto úseku spíše vašími věrnými, nebo máte problémy s fluktuací a nábořem „nových lidí“?

Naše pobočky disponují týmem loajálních zaměstnanců, kteří jsou s námi dlouhodobě. Za poslední rok se nestalo, že by náš poměrně velký útvar někdo opustil. Zaměstnancům se snažíme vytvořit komfortní pracovní podmínky a možnost profesního rozvoje a růstu. To samozřejmě zahrnuje celou škálu vlivů, od samotného pracovního prostředí přes manažerské dovednosti a přístup vedoucích pracovníků. Vše samozřejmě začíná již samotným nábořem, kde mohu říci, že jsme velmi pečliví. Dopady případné fluktuace se poté snažíme minimalizovat tím, že se zaměřujeme na udržení talentovaných a zkušených pracovníků. Z dlouholeté praxe jsem přesvědčený o tom, že spokojený a správně motivovaný zaměstnanec bude vždy hrdým reprezentantem naší společnosti.

Jaké množství příchozích dokážete v centru v paláci Adria denně odbavit? Kolik minut průměrně trvá jedno „posezení“?

Konkrétně v zákaznickém centru Adria průměrně denně odbavíme zhruba 400 zákazníků. Avšak na dynamickém energetickém trhu již v minulosti několikrát nastaly nečekané situace, kdy počet obslužených lidí přesáhl tisícovku. Vnímáme, že čas je pro naše zákazníky velmi cennou komoditou a oceňují především rychlou a kvalitní obsluhu. Průměrnou čekací dobu se nám daří držet kolem 10 minut, a na přepážce zákazník obvykle stráví 15 minut.

A mohou si zde vyřizovat své požadavky i zástupci firem?

Samozřejmě, na našich pobočkách se věnujeme všem zákazníkům z kategorie maloodběratelů, tedy i podnikatelským subjektům.

Zákaznická orientace – zakladadlo dneška. Jenže co to vlastně je?

Pro úspěch v dnešním konkurenčním prostředí je klíčová. Jejím cílem je přizpůsobovat produkty, služby a interakce tak, aby vedly k dlouhodobé spokojenosti a loajalitě. Spokojený a loajální zákazník se vždy rád vrátí, a navíc doporučí služby naší společnosti dalším lidem. Ve Skupině PRE dlouhodobě budujeme svou image právě na základě pochopení potřeb a přání zákazníků.

Proč jste se rozhodli dál držet kamenné pobočky, když je trendem je rušit a přednost dát online prostředí?

Jsmo přesvědčeni, že osobní kontakt a možnost přímé komunikace je i v dnešní digitální době naší velkou konkurenční výhodou. Mohu říci, že stále velká skupina zákazníků osobní kontakt preferuje. Kamenné pobočky umožňují poskytovat služby, které mohou být v řadě situací efektivnější než online prostředí. A samozřejmě nám osobní kontakt umožňuje budovat silnější vztah se zákazníky, a máme tak i příležitost lépe porozumět jejich potřebám.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí



Aby se u nás cítili dobře

Pražská energetika slavnostně představila své nově zmodernizované zákaznické centrum v Jungmannově ulici. Oficiálního otevření se 17. září zúčastnil primátor hlavního města Prahy Bohuslav Svoboda. Generální ředitel PRE Pavel Elis při této příležitosti uvedl, že firma plánuje také rekonstrukci své druhé pobočky pro zákazníky ve Vladimírově ulici v Nuslích.

„Víme, že řada našich zákazníků stále preferuje osobní kontakt, a proto je pro nás důležité, aby se u nás cítili dobře,“ řekl generální ředitel PRE Pavel Elis. „Pobočka v centru Prahy prošla velkou

proměnou – od zelené stěny s automatickým zavlažováním přes výměnu vzduchotechniky až po moderní osvětlení a mediální stěnu,“ doplnil.

Rekonstrukce zákaznického centra vyšla na více než 30 milionů korun a trvala jeden rok. Podařilo se ji realizovat bez nutnosti uzavřít pobočku, která tak zůstala v omezeném režimu částečně otevřena i během rekonstrukce.

„Od 1. listopadu zlevňujeme dodávky elektřiny až o 10 % a plynu až o 8 %. Tento pokles se dotkne všech stávajících zákazníků bez fixace ceny,“ připomněl obchodní ředitel Pražské energetiky Alexander Sloboda a dodal, že všichni tito zákazníci navíc dostanou bonus ve výši 600 Kč, který se jim odečte z nejbližšího

vyúčtování elektřiny či plynu. Roční úspora pro typického zákazníka Pražské energetiky, který elektřinou neohřívá vodu a netopí, tak bude činit průměrně přibližně 600 Kč. Zákazníci s bojlerem ušetří v průměru za rok kolem 1200 Kč, včetně DPH, ještě víc pak ti, kteří elektřinu používají k topení, typicky přímotopy nebo tepelnými čerpadly.

PRE provozuje dvě kontaktní zákaznická místa, jedno v Jungmannově ulici v centru Prahy a druhé v ulici Vladimírka v Praze 4. I tuto pobočku čeká v brzké době modernizace. „V tuto chvíli máme vypracované architektonické návrhy a rekonstrukci zahájíme už v prvním čtvrtletí příštího roku. Půjde o kompletní

zásah, který si s ohledem na menší prostory bohužel vyžádá dočasné uzavření pobočky,“ upřesnil generální ředitel PRE Pavel Elis.

Zákaznická centra PRE nabízejí profesionální služby na nejvyšší úrovni. Zaměstnanci jsou proškoleni tak, aby zákazníkům dokázali poradit se všemi požadavky – nejčastěji se dotazují na přepis elektroměru či plynoměru, doporučení vhodné distribuční sazby nebo připojení nového odběrného místa.

Jen v roce 2024 obě pobočky obsloužily zhruba 150 000 zákazníků. Dalších 140 000 požadavků vyřídili zaměstnanci poboček přes e-mail či webový portál, celkem tedy šlo téměř o 290 000 úspěšně vyřízených požadavků. (tz)

Zaměstnanecké akcie jsou nástrojem a benefitem, který drží lidi u firmy a zvyšuje loajalitu

Zaměstnanecké akcie jsou v západní Evropě či USA v posledních letech populárním nástrojem zaměstnavatelů a HR manažerů. Začínají se také více prosazovat v České republice, kdy tak firmy mění způsob motivace, která se od bonusu posunuje směrem k partnerství. Jejich šířší rozvoj by měla také usnadnit a zefektivnit nová legislativa.

Zaměstnanecké akcie (tzv. ESOP – Employee Stock Ownership Plan) jsou účinným prostředkem, jak zvýšit loajalitu zaměstnanců a snížit jejich fluktuaci. Zároveň propojují odměnu s výsledky firmy a mohou posílit motivaci i konkurenceschopnost zaměstnavatele při náboru. Úspěch ale závisí na srozumitelném nastavení podmínek, spravedlivé alokaci a jasné komunikaci přínosů.

Zaměstnanecké akcie dnes představují zejména pro firmy vítaný nástroj. Některé jsou stabilní a ziskové, a nemají problém ocenit své zaměstnance. Další, které se teprve rozvíjejí, nemají dost kapitálu na vyplacení vysokých mezd, ale disponují velkým potenciálem růstu. Nabídkou podílu ve firmě tak mohou přilákat špičkové odborníky, kteří by jinak zamířili jinam.

„Zaměstnanecké akcie dnes představují jeden z nejučinnějších motivačních nástrojů ve startupech a technologických firmách, ale nově je využívají i firmy z dalších sektorů. Pomáhají

nejen přilákat a udržet špičkové talenty, ale také budují silnou vlastnickou kulturu, posilují loajalitu a přirozeně sdílí zájmy zaměstnanců s dlouhodobými cíli firmy,“ řekl Michal Španěl z pracovního portálu JenPráce.cz.

Jak může fungovat zaměstnanecký akciový program v praxi, ukazuje i technologická společnost VARS Brno, která svým zaměstnancům nabízí účast v mezinárodním programu mateřské skupiny VINCI. Zaměstnanci se mohou stát akcionáři za zvýhodněných podmínek, včetně získání prémiových akcií zdarma, výplat dividend nebo úhrady všech poplatků firmou.

„Mezinárodní program skupiny VINCI poskytuje zaměstnancům možnost stát se akcionáři společnosti za zvýhodněných podmínek. Cílem je sdílet plody výkonnosti a posílit pocit sounáležitosti se skupinou. Zaměstnanci program hojně využívají a oceňují jej, protože jim dává příležitost investovat, podílet se na výsledcích firmy a zároveň dlouhodobě budovat vlastní finanční stabilitu,“ uvedla Simona Říhová, HR specialista společnosti VARS Brno.

„Zaměstnanecké akcie se tak postupně stávají trendem, který se začíná prosazovat i v českém prostředí. Přináší zaměstnancům možnost skutečně se podílet na úspěchu firmy a zaměstnavatelům dávají do ruky benefit, jenž přesahuje rámec běžné mzdy či bonusu. V kombinaci s novou legislativou, která jejich poskytování zjednodušuje, lze očekávat, že se tento motivační nástroj roz-



šíří do stále bohatšího spektra firem. Progresivní společnosti jej už dnes vnímají nejen jako konkurenční výhodu, ale i jako strategický prvek budování kultury loajality a dlouhodobého partnerství mezi zaměstnanci a firmou,“ potvrdil Michal Španěl z JenPráce.cz.

Nová pravidla pro zaměstnanecké akcie v ČR zavádí jasnější rámec pro jejich poskytování a daňový režim, což firmám usnadní motivaci a dlouhodobé udržení talentovaných zaměstnanců. Dosud bylo poskytování akciových benefitů složité a daňově nevýhodné, nyní se zdanění odkládá až do okamžiku skutečného

prodeje akcií. Změna přibližuje české prostředí praxi v západní Evropě a USA, a má potenciál zvýšit konkurenceschopnost domácích firem i startupů.

Zaměstnanecké akcie mohou být silným motivačním nástrojem – ale jen tehdy, když jsou férové a srozumitelné. Nová legislativa nastavuje jasná pravidla, odstraní dvojí zdanění a zpřehlední podmínky. ESOP tak přestane být výsadou jen pro úzkou skupinu manažerů. Pro firmy to může být nový způsob, jak odměňovat a motivovat své lidi udržitelně a s dlouhodobým efektem,“ dodala Jana Jáčová z UOL Účetnictví. (tz)

Sklad je srdcem prodejní sítě



dokončení ze strany 1

V tom vidíme velkou výhodu i pro naše zaměstnance, kteří nebudou muset svou každodenní cestu do práce výrazněji měnit. Po přesunu do nového logistického centra vrátíme stávající prostory pronajímateli.

Budou se z nového centra odbavovat také objednávky zákazníků vašeho e-shopu?

Ano, objednávky z e-shopu budeme podobně jako nyní ve stávajícím skladu v Úžicích kompletovat na stejném místě. Jen s tím rozdílem, že k tomu budeme mít ještě lepší technologie. Při zvětšujícím se množství objednávek bychom měli udržet náš současný standard pro vychystání objednávky – i s dopravou domů nejpozději do dvou pracovních dnů.

Počítáte se zajímavým zázemím pro zaměstnance, kteří dostanou k dispozici služby komunitního centra, kantýny, restauraci, sportoviště i zdravotní ordinaci. Jak to bude ale s dopravou?

Naši zaměstnanci budou do práce dojíždět podobně jako dosud, tedy veřejnou hromadnou dopravou nebo vlastními auty. Jen s tím rozdílem, že v novém areálu CTPark Prague North budou moci využít mnohem více služeb pro od-

počinek po práci nebo pro své nejbližší. Současně si budou moci sami vyzvednout své objednávky z e-shopu v blízkém Kozomině, kde jsme v letošním roce také otevřeli novou prodejnu ROSSMANN.

Nedalo by se toto místo využít také jako předváděcí a komunikační centrum například pro influencerky?

To je možná více otázka pro vedení CTParku, které tu zcela jistě bude pořádat i zajímavé do-

provozní akce pro své klienty. Takže i tato myšlenka se určitě nabízí.

Kolik zaměstnanců v Úžicích má působit? Najdou u vás uplatnění rovněž brigádníci, ženy v důchodovém věku, třeba před vánočními svátky?

V novém logistickém centru budeme mít stejný počet pracovníků jako nyní, tedy zhruba 200. Jsme moc rádi, že můžeme našim lidem tuto pracovní jistotu nabídnout, protože bychom neradi o kohokoliv přišli jen z toho důvodu, že se stěhujeme do modernější lokality. Na začátku ani neplánujeme nabírat nové zaměstnance, ale může se stát, že později taková potřeba vznikne. Budeme ji včas komunikovat. A pokud jde o sezónní výpomoc, tu vítáme vždy bez ohledu na věk uchazečů.

Oč se zde bude starat umělá inteligence?

Umělá inteligence je v segmentu logistiky významným pomocníkem pro predikci zásob. V našem tempu stále potřebujeme mít optimalizovanou zásobu vůči poptávce zákazníků a potřebám našich prodejen nebo e-shopu. A to už je složité soukolí dat, objednávek, příjmu, skladových kapacit, pickování i odvozu zboží. Umělá inteligence přitom nebude nahrazovat

naše zaměstnance, naopak se stane jejich velkým pomocníkem.

Co si slibujete od nových technologií? Půjde o úsporu času, finančních prostředků, zmírnění fyzické zátěže obsluhy?

Ideálně všechno dohromady. Technologie by měly optimalizovat celý skladovací proces tak, abychom byli maximálně připraveni na jakoukoliv sezónu či promo akci. Sklad je srdcem prodejní sítě, a pokud by nebyl v pořádku, projeví se to velmi rychle. Naším cílem je hladký provoz, dostatečné skladové zásoby, zajímavá práce pro naše zaměstnance a spokojený zákazník v prodejnách i e-shopu ROSSMANN.

Jak ovlivní kvalitnější logistika tržby vašeho řetězce?

Může je ovlivnit zcela zásadně. Pokud bychom nebyli schopni zásobit prodejny i e-shop v dostatečném předstihu, množství a kvalitě, ztratili bychom nejen tempo růstu, ale i konkurenceschopnost. A to zcela jistě nechceme, naopak. Už jsem řekl, že jsme nejrychleji rostoucím drogistickým řetězcem na českém trhu, který se v letošním roce obrátově dostává na pozici dvojky trhu. A tomu musí odpovídat i naše logistika.

A pocítí změnu zákazníci?

Již nyní děláme všechno pro to, abychom zabezpečili maximálně možnou dostupnost zboží na našich prodejnách a aby i objednávky z e-shopu byly vychystány kompletně a v co nejkratším čase. Naše zásilky balíme ručně, aby bezpečně došly na místo svého určení. Soudě podle nezávislého spotřebitelského hodnocení, jsme v tom nejlepší na trhu.

Nové distribuční centrum by mělo tento náš „standard“ ještě více podpořit. Pro dostupnost zboží na prodejnách bude klíčovou roli hrát navazující nástroj pro predikci zásob s využitím umělé inteligence. A stejně tak by mělo nové logistické centrum pozitivně ovlivňovat i další rozvoj našeho e-shopu.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí



Nejvíc nás baví ty projekty, kde je proces digitalizace extrémně těžký a komplikovaný

Pokrok se nedá zastavit a v oblasti informačních technologií je rychlejší než kdekoli jinde. Spoluzakladatelé vývojářského studia Cleevio tedy drží krok s dobou a umělé inteligenci se rozhodně nebrání. Naopak ji využívali ještě dřív, než se masově rozšířila. Jak změnila jejich business? A proč jen tak nenahradí lidské experty? To bylo jen jedno téma rozhovoru s Janem Částkem, který je Co-founder firmy Cleevio a jenž společně s Miroslavem Chmelkou a Lukášem Stiborem společnost vede už dlouhé roky.



Jan Částek, Miroslav Chmelka a Lukáš Stibor, partneři firmy Cleevio

Na trhu jste 18 let. Jak zvládáte držet krok s rychle se měnícím digitálním prostředím?

Ve firmě jsme tři partneři. Založili ji dva moji kolegové hned potom, co dosáhli plnoletosti, a já jsem se přidal asi před 12 lety. Všechny nás spojuje to, že máme rádi technologie a jejich vývoj. Baví nás vidět reálné výsledky práce pro klienty, ta zpětná vazba. Zároveň máme v DNA podnikavost a adaptabilitu, a vím, že bychom dnes asi neuspěli, kdybychom firmu vedli jako v našich začátcích. Pokrok v technologiích se neustále zrychluje a velkou hodnotou je i znalost aktuálních možností.

Extrémně důležité je, že jsme schopni se dostat do různých segmentů a dokážeme se rychle učit. Pak už využíváme naši znalost, naše know-how. Právě tato různorodost mě osobně velmi naplňuje a zároveň nám přináší výhody ve vlastních projektech, na kterých jsme se podle mě naučili nejvíc. Patří mezi ně třeba aplikace Spendee – osobní finanční rádce, nebo platforma For Traders, kterou jsme spustili před dvěma lety. Je jich ale mnohem víc. Většinou to funguje tak, že najdeme CEO z daného oboru,

využijeme naše znalosti a společně rozjedeme nový digitální business.

Jak se od té doby proměnila vaše práce na výstavbě webů nebo vývoji aplikací? A čemu dalšímu se věnujete?

Dnes je práce v našem oboru o dost složitější. Dříve nebyla tak velká konkurence digitálních produktů, potřebujete tedy najít to, v čem má ten váš konkurenční výhody. Kód už zkrátka dnes nestačí, potřebujete i businessový přesah nad tím. Musíte vědět, jak produkt zatraktivnit, aby byl sexy, a jak ho distribuovat, respektive prodávat zákazníkům. Právě v tom je podle mě naše výhoda, že umíme produkty postavit tak, aby je lidé reálně používali a vraceli se k nim.

Pořád si držíme nálepku mobilního vývojáře, ale soustředíme se na velké komplexní projekty. Řešíme nové produkty, ale i digitalizaci současně fungujících firem, které chtějí naskočit na éru AI, ale nemají vyřešenou digitální hygienu. Chybějí jim očištěná data a nefungují na cloudu. A stále nejde o výjimky, jak by se mohlo zdát. Ještě v roce 2023 se to týkalo 41 % firem. Pomoci jim tedy může umělá inteligence, která je pro ně něco jako wake up call.

Působíte globálně. Jaké máte procento zahraničních klientů?

Z hlediska revenue je to asi 50 na 50. Nejzajímavějším trhem pro nás ale zůstává Česko. Jak se říká: „Prodávěj tam, kde jíš.“ A zde dokážeme vytvořit největší businessovou hodnotu, protože úročíme naše dlouholeté zkušenosti. Tuzemský trh jednoduše známe nejlépe, ale zahraničí nám také funguje a chceme ho posílit – konkrétně střední a západní Evropu a Ameriku. Pobočku máme ale i v rakouském Dachu. Skrz tu jsme řešili například implementaci AI v jedné velké německé automobilce. Ve Spojených státech pak spolupracujeme s obchodními zástupci.

Kde je nejtěžší získat klienty?

Je to propojené se znalostí trhu a vašimi zkušenostmi, osobním i firemním brandem. Pokud se tedy chcete dostat na jiný trh, trvá nějakou dobu, než si tam podobnou síť vytvoříte. Na druhou stranu to dále od ČR může být zajímavější. A to z hlediska vlivu i oslovení uživatelů.

Jak u vás probíhá nábor talentů?

U hiringu nám asi nejvíce funguje, když dokážeme uchazeče nadchnout pro konkrétní projekt. Je potřeba, aby se ti lidé byli schopni rychle učit a hledali spíš řešení než problémy. Konkurenceschopnost je v našem oboru postavená na rychlém učení a adaptabilitě a skvělé je, že můžeme naše lidi využít na vlastní projekty a pak jsou lépe připraveni i na práci pro nové klienty.



Jan Částek, Co-founder firmy Cleevio

A nejzajímavější projekty, které máte za sebou v poslední době?

Nejvíc nás baví ty projekty, kde je proces digitalizace extrémně těžký a komplikovaný. V poslední době to byla například kina Cinemax na Slovensku. Digitalizovali jsme pro ně celý pokladní systém a bylo potřeba vytvořit celou základnu, na které jsou schopni stavět, automatizovat, implementovat AI atd. Původní systém byl zaveden už v 90. letech, takže to byla opravdu výzva. A zmínil bych i spolupráci se Zásilkovnou (Packetou), tehdy jsme pro Simonu Kijonkovou vytvořili mobilní aplikaci, která má dnes asi pět miliónů stažení. Opravdu většinou řešíme software pro core business našich klientů, nic okrajového. V současnosti je to jeden velký B2B banking product a běžně digitalizujeme i střední a velké firmy s obrátem nad 100 miliónů korun. Tam je to hodně o zmiňované digitální hygieně. Teď třeba řešíme jednu velkou chemickou firmu.

Držíte se stabilního růstu? Nebo nastala i krizová období?

Oblast IT je hodně ovlivněná makroekonomickými ukazateli. Pokud se tedy trhu nedaří, odnese to také IT, ale technologické trendy a změny typu umělé inteligence jsou spíš pozitivní. Předchozí změnou k lepšímu byl covid, kdy firmy začaly extrémně šlapat do digitálu. AI tedy vnímám jako další znamení pro opozdilce, kteří na tento trend ještě nenastoupili. Zhruba před

dvěma lety pak přišlo náročnější období, kdy jsme měli nižší zisky, ale teď jsme zase zpět.

Pod jakým úhlem vnímáte aktuální situaci ve firmě i v celém IT? Je umělá inteligence spíš pomocným nástrojem, nebo hrozbou?

V rámci umělé inteligence člověk asi úplně nedokáže odhadnout budoucnost. Snažíme se tedy reagovat na současnou situaci, kdy AI zvyšuje produktivitu IT firem, a tím i hodnotu, kterou jsme schopni klientům přinést. Když se na to podíváte v širším kontextu, je potřeba se trhu přizpůsobit. Pokud tedy konkurence používá AI, vy ji musíte používat taky. Budete tak mít náskok, respektive zvládnete držet krok. Je to vlastně dočasná konkurenční výhoda. V rámci firmy AI používáme jako copilota k vývoji. Efektivitu tak umíme zvýšit asi o 30 %. Sama umělá inteligence není podle nás dostatečně dobrá na to, aby měla na starosti komplexní projekt. Vždy tam máme lidského supervizora – skutečného vývojáře, který kontroluje kód. AI vám udělá průměrnou práci, ale pokud chcete vyniknout, potřebujete člověka-odborníka.

S jakými dalšími výzvami se IT potýká?

Částečně se budu opakovat v tom, co jsem už řekl. Největší výzvou je podle mě teď hodnota kódu, která je víceméně nulová. Proto využíváme zkušenosti z našeho podnikání i z práce pro klienty, a nad vývoj přidáváme i business vrstvu, kde klientům otevíráme oči, aby viděli, jak dokážou vydělávat a zajistit zákazníkům přidanou hodnotu. Myslím si, že my jako firma jsme na to připraveni, a cítím, že jsme daný krok udělali dostatečně v předstihu a máme konkurenční výhodu. Navíc nám v tom pomáhají zmiňované vlastní projekty.

Chystáte novinky? Ať už produktové, nebo v rámci firemních procesů?

Ještě předtím, než byla umělá inteligence cool, jsme ji začali víc tlačit. Sami jsme přešli do módu AI-driven firmy, a to nás hodně naučilo. Museli jsme digitalizovat procesy a přijmout nové lidi. Dále bylo potřeba změnit svoje workflow a připustit, že věci nebudou jako dřív. Řízení firmy je plně v našich rukou, přesto bylo těžké změnit ten mindset, že je potřeba se přizpůsobit. Jen tak se změní celá firma. A to je jedna z věcí, kterou chceme předávat dál. Jinak chceme především pokračovat v digitalizaci českých firem a více oslovovat i ty zahraniční.

ptala se Dana Halušková



Seriál o tom, co každá firma potřebuje

2. díl

Nástupnictví ve firmách: prodat, nebo pokračovat?

Pro mnohé je to těžší krok, než by čekali, protože s firmou odchází i kus jejich identity



V minulém, prvním dílu tohoto seriálu jsme psali o „Mlčení před bouří“ – o tom, jak nebezpečné je téma nástupnictví vůbec neotevírat. Jakmile ale rodina téma otevře, přijde první zásadní otázka: „Pokračovat dál, nebo firmu prodat?“ Rozhodnutí, které ovlivní nejen podnikání, ale i rodinné vztahy.

Dvě cesty, dvě rozhodnutí

Prodej firmy přináší zajištění rodiny, uvolnění kapitálu a možnost diverzifikace majetku. Často je i způsobem, jak vyřešit spory mezi sourozenci. Na druhé straně znamená konec tradice a odkazu zakladatele. Pro mnohé je to těžší krok, než by čekali, protože s firmou odchází i kus jejich identity.

Pokračování ve firmě umožňuje zachovat hodnoty a tradici a dát práci další generaci. Zajišťuje kontinuitu i pro zaměstnance a zákazníky. Ale vyžaduje kompetentní nástupce, ochotu investovat a schopnost přizpůsobit se době. A tam, kde děti nemají stejnou chuť či schopnosti, vzniká napětí.

Hodnota firmy jako kompas

Klíčovou roli hraje hodnota firmy. Nejde jen o čísla v účetnictví. Skutečná hodnota spočívá



Jaroslav Jaroměřský a Lukáš Musílek

v kombinaci značky, vztahů se zákazníky, know-how a pověsti. Včasná příprava hodnoty zvyšuje – ať už plánujete prodej, nebo pokračování. Odkládání naopak hodnotu i důvěru snižuje.

Rodinný rozměr

Rozhodnutí nikdy není jen ekonomické. Do hry vstupují emoce, vztahy a očekávání. Někdy chce jedno dítě firmu převzít, druhé hledá jinou cestu. Zakladatelé zase často váhají, proto-

že firma je jejich „další dítě“. Právě proto je důležité pojmenovat role a očekávání včas, a to dříve, než padne definitivní rozhodnutí.

Tipy AuDePor:

- Zjistěte si reálnou hodnotu firmy – nezávislé ocenění je základ pro obě varianty.
- Simulujte scénáře: Co se stane, když prodáme? Co když budeme pokračovat?
- Stanovte si termín rozhodnutí – bez jasného data se téma vleče a firma ztrácí energii.

Závěrem...

Otázka „prodat, nebo pokračovat“ nemá univerzálně správnou odpověď. Správné řešení je to, které přinese rodině shodu a firmě prosperitu. Čím dříve se tato otázka položí, tím větší je šance, že se z dilematu stane strategická příležitost, ne krize.

Na LinkedIn od začátku září běží náš 15denní seriál o „Nástupnictví v rodinných firmách“, každé úterý nový díl až do prosince. Takže kdo máte zájem, podívejte se na náš LinkedIn účet: www.linkedin.com/company/93823684/admin/dashboard/.

V listopadovém díle seriálu tady v Prosperitě se podíváme na další zásadní dilema v nástupnictví: Dětem firmu prodat, nebo darovat?

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

Jít do důchodu ještě letos, nebo až v roce 2026?

Od ledna příštího roku se mění parametry pro výpočet starobních důchodů. Každý, komu se blíží odchod do penze, tak stojí před rozhodnutím, zda nastoupit ještě letos, nebo si počkat na nový rok. Správná volba přitom může znamenat stovky až tisíce korun měsíčně navíc.

Všechny důchody přiznané do konce letošního roku projdou k lednu valorizací – pevná část vzroste o několik stovek korun a zásluhová složka se navýší o několik procent. Současně ale začne platit nový vzorec pro výpočet důchodu,

kteří má zpomalit jejich růst. „Zásluhová část se bude počítat z mírně sníženého základu a za každý rok pojištění se nově započte o něco menší procento než letos. Pozitivní zprávou je, že od ledna se výrazně zvýší minimální výše procentní výměry, tedy částka, na kterou dosáhne každý, kdo splní podmínky pro starobní důchod,“ řekla Anna Kevorkyan, CEO pracovního portálu JenPrace.cz.

Představme si, že někdo s průměrným celoživotním příjmem kolem 32 000 Kč a 45 lety pojištění požádá o důchod letos v listopadu. Ten by činil asi 20 500 Kč, a po lednové valorizaci by se zvýšil na 21 100 Kč.

„Pokud by požádal až v lednu 2026, ale bez získání dalšího roku pojištění, jeho důchod by vyšel přibližně na 21 300 Kč. Rozdíl oproti valorizované variantě z roku 2025 je tedy kolem 200 Kč měsíčně. Pokud by se mu navíc započítal i další rok pojištění, pak by částka stoupla zhruba na 21 700 Kč – tedy o 600 Kč více než u důchodu přiznaného letos,“ uvedla Jana Jáčová, ředitelka UOL Účetnictví. Obecně platí, že nově přiznané důchody v roce 2026 budou o něco vyšší než ty, které vzniknou letos a budou následně valorizovány. To se týká jak průměrných, tak i nadprůměrných penzí. Čím vyšší důchod, tím více se rozdíl projeví. „Na druhou stranu je nutné počít-

tat s tím, že posunutím termínu přiznání důchodu se připravíte o několik výplat, které by vám náležely ještě letos. To, zda se vám čekání vyplatí, tedy závisí i na tom, jak dlouho byste důchod bez výplaty odkládali a zda se vám podaří získat další rok pojištění,“ upozornila Anna Kevorkyan.

„Rozhodnutí o termínu odchodu do penze není jednoduché a nedá se zobecnit. Každý má jiné příjmy i dobu pojištění, a proto je vhodné nechat si spočítat vlastní varianty. Jisté ale je, že volba přesného data odchodu může mít dlouhodobý finanční dopad, který se projeví každý měsíc až do konce života,“ dodala Jana Jáčová z UOL Účetnictví. (tz)

Juniorních rolí ubývá, na vině je AI

Data pracovního portálu JenPrace.cz potvrdila, že klesá počet nabídek juniorních pozic. Zatímco v letech 2023 a 2024 firmy juniory ještě výrazně poptávaly, v prvních osmi měsících letošního roku je patrný 15% pokles pozic vhodných pro absolventy. Zmíněný trend připisují odborníci rozmachu AI, kterou letos firmy začaly využívat v masivnějším měřítku.

V Česku začíná být patrný trend klesajícího počtu juniorních pozic. Ten odpovídá i mezinárodním pozorováním. Například globální studie od World Economic Forum (WEF) nebo McKinsey dlouhodobě predikovaly, že AI nejvíce zasáhne právě vstupní pozice založené na rutinních úkolech. Data pracovního portálu JenPrace.cz jsou jedním z prvních konkrétních důkazů, že se tato predikce naplňuje i v České republice. „Pokud se podíváme přímo na data našeho portálu ohledně pozic vhodných pro absolventy, zjišťujeme, že skutečně klesají. Při porovnání prvních osmi měsíců roku 2025 s prvními osmi měsíci 2024 vidíme pokles přibližně o 15 %,“ uvedl datový analy-

tik JenPrace.cz Michal Španěl. „Zajímavý je kontrast s roky 2023 a 2024, kdy podíl naopak rostl o 41 %,“ dodal Michal Španěl s tím, že analýza byla provedena na vzorku 241 715 pozic.

Personalisté si vývoj vysvětlují tak, že rozmach AI se ještě v letech 2023–2024 příliš neprojevil a zejména v roce 2024 firmy naopak juniory nabíraly, protože je potřebovaly po pozastavených nábořích v nejistých covidových a postcovidových letech. Adopce AI do většího počtu firem chvíli trvala a její celkový rozmach, zdá se, bují hlavně až letos. Dá se přitom předpokládat, že bude pokračovat pravděpodobně několik dalších let, než se trh stabilizuje.

Nejvíce zasažena jsou odvětví, kde velkou část práce tvoří zpracování informací, dat a tvorba standardizovaného obsahu. Kromě již zmíněných IT firem a zákaznické podpory se týká následujících oborů:

■ **Informační technologie:** juniorní programátoři, kodéři a testéři, jejichž úkoly (psaní základního kódu, opravy, testování) z velké části přebírají AI nástroje jako GitHub Copilot.

■ **Marketing a komunikace:** tvorba základního obsahu pro sociální sítě, psaní blogových člán-

ků, SEO analýzy a rešerše trhu jsou dnes úkoly, které AI zvládá rychle a efektivně.

■ **Administrativa a office support:** zpracování dokumentů, zadávání dat a základní reportování jsou činnosti vysoce náchylné k automatizaci.

■ **Finance a účetnictví:** AI přebírá základní finanční analýzy, zpracování faktur a rutinní účetní operace.

■ **Právní služby:** AI masivně zrychluje rešerše judikatury a přípravu standardních smluv, což dopadá na pozice právních asistentů a koncipientů.

Zejména v softwarových firmách jsou mnozí juniorní kodéři či testéři nahrazováni AI. „Bavíme se zde o desítkách procent sníženého náboru pro entry pozice. Podobná situace je i v mnoha call centrech, zákaznických centrech, či bankách, kde po převedení repetitivních úkolů na AI už nejsou junioři / méně kvalifikovaní zaměstnanci potřeba,“ upozornil Michal Španěl. „Tento stav nicméně vytváří zároveň novou poptávku po zaměstnancích, kteří dokážou s AI pracovat, jsou schopni interpretovat a rozvíjet výsledky a je jim vlastní inovativní přístup. Zde mají mladí lidé naopak výhodu, protože s mo-

derními digitálními technologiemi doslova vyrůstají,“ dodal Michal Španěl.

Aktuální trend je alarmující zejména za stavu, kdy vzdělávání ještě masivní nástup AI moc nereflektuje. Postupně by totiž aktuální vývoj mohl vést i k vyšší nezaměstnanosti mladých lidí, která je v tuto chvíli v ČR ve srovnání se světem ještě našťastí nízká. Pohybuje se kolem 9 %. Pro srovnání – Španělsko má přibližně 25 % a Itálie zhruba 19 %.

„Je zřejmé, že aktuální vývoj vede k nutnosti změnit vzdělávání, s AI počítat a zajistit, že ji studenti aktivně používají, a de facto se tak stanou pro zaměstnavatele již takzvanými mediory,“ upozornil Michal Španěl s tím, že AI asistenti pak doplní tyto zaměstnance tam, kde jim scházejí dovednosti. „U řady lidí nastane takzvaná skill gap a trh práce se může zpolarizovat. Poptávka po juniorních zaměstnancích ovládajících perfektně nástroje AI bude ještě vyšší, ale nabídka se po čase může snížit – část studentů už nikdy neprojde „juniorní“ fází, přeskočí ji a stane se rovnou seniory,“ dodal Michal Španěl. Než se na toto firmy a vzdělávací firmy dle něj adaptují, může to tvořit šokové vlny napříč trhem. (tz)

Pro náročnější klienty jsme připravili službu Invia Premium

Dovolená několikrát do roka, zpravidla u moře, které doma Čechům chybí, ale také návštěva exotických míst, o nichž dřívější generace jen snily. To vše se stává dnes samozřejmostí. Reagují na to i cestovní kanceláře a cestovní agentury, které nabízejí stále více možností, jak si během volna odpočnout a nejen v lokalitách, které už dobře známe a kam se rádi vracíme. Invia v září seznámila s průzkumem mezi Čechy, Slováků a Poláky, který vypověděl o tom, čím se jednotlivé národy ve výběru zájezdů liší, co kdo více preferuje, podle čeho se lidé rozhodují. Data interpretoval Radek Šafařík, CCO Invia. Přidal i několik dalších informací:

Podle vašeho nejnovějšího průzkumu si Češi na rozdíl od Slováků a Poláků nejvíce kupují zájezdy na poslední chvíli. Tušíte, proč tomu tak je?

Rád bych upřesnil, že značná část českých rodin, zejména těch s jedním až dvěma dětmi, kupují nejčastěji zájezdy právě na first minute, neboť hotelových pokojů se dvěma (nebo více) přistýlkami je velmi omezené množství. Rodiny také nejčastěji volí právě nákup dopředu, protože pečlivěji vybírají, jezdí do oblíbených, předem vybraných, nebo dříve vyzkoušených hotelů. Nicméně páry většinou preferují komfort a vyšší standard služeb před konkrétní lokalitou či hotelem, což jim umožňuje čekat s nákupem až na poslední chvíli, zejména pokud si v práci mohou vzít dovolenou tak říkajíc „ze dne na den“. Letos byla nabídka letních last minute pestrá, takže kdo chtěl, skutečně výhodný zájezd našel.

Řecko, Turecko a Egypt

vévodí letním dovoleným ve střední Evropě. Češi jezdí spontánně a téměř polovina z nich kupuje zájezdy na poslední chvíli, Poláci naopak plánují dopředu a utrácí v průměru přes 67 000 Kč. Slováci nejvíce ze všech objednávali luxusní hotely. Vyplyvá to z dat cestovní agentury Invia, největšího online prodejce zájezdů ve střední Evropě, a Polské turistické komory (PIT). Ta ve svých statistikách vychází mimo jiné z údajů cestovní agentury Wakacje.pl, lídra polského trhu, vlastněnou společností WP Holding, stejně jako Invia. Způsob rezervace odhaluje rozdílný přístup jednotlivých národů k plánování i financím. Téměř polovina tuzemských turistů (48 %) letos vyrazila na dovolenou v režimu last minute, což je více než dvojnásobek ve srovnání s Poláky (19 %). Ti jsou v nákupu obezřetnější a plánují dopředu, i proto dávají přednost first minute nabídkám (36 %). Podobně disciplinovaní jsou i Slováci, kteří si zájezdy zajišťují výrazně dříve než Češi.



Radek Šafařík, CCO Invia

Kam v posledních letech turisté z Česka míří nejčastěji?

Češi zůstávají věrní svým stálým – nejčastěji míří do Řecka, Turecka a Egypta. V posledních letech ale výrazně roste obliba např. Albánie a Černé Hory, které jsou příjemnou alternativou k tradičně vyhledávanému Chorvatsku. Meziročně roste zájem rovněž o exotické destinace. Velmi populární jsou Spojené arabské emiráty, Kapverdské ostrovy, Dominikánská republika, Zanzibar nebo například Thajsko.

Údajně se zkracuje doba zahraniční dovolené. Není to škoda?

Data ukazují, že Češi častěji volí kratší pobyty s vyšším standardem. Raději investují do kvalitního čtyř- nebo pětihvězdičkového hotelu s all inclusive než do delších pobytů s nižším standardem. Díky tomu si často dopřejí i dvě dovolené ročně.

Módní volbou jsou zájezdy do exotických destinací. Která místa lákají zájemce z Čech?

Exotické destinace jsou u českých turistů stále populárnější. Velký zájem vidíme o Spojené arabské emiráty, Dominikánskou republiku, Kapverdy, Omán či Thajsko. Roste ale i poptávka po méně tradičních místech, jako je Zanzibar nebo Keňa.

Exotika je rovněž volbou životního stylu, záležitost mladší generace...

Pro mladší generaci je exotická dovolená často součástí životního stylu – mladší lidé hledají zážitky, kterými se mohou odlišit. Inspirují se sociálními sítěmi a volí destinace, které nabídnou něco výjimečného, ať už jde o safari v Keni, pláže na Maledivách, nebo džungli v Thajsku. Exotika ale láká i rodiny s dětmi či starší generaci, a to hlavně díky přímým letům z Česka, které

výrazně usnadňují cestování do vzdálenějších míst, jež je tak o několik hodin kratší, a navíc odpadá pro někoho stresující přestup na velkých mezinárodních letištích.

Máte speciální nabídku pro movitější klientelu?

Pro náročnější klienty jsme připravili službu Invia Premium. Ta zahrnuje sestavení dovolené na míru – máme v nabídce pečlivě vybrané hotely s vysokým standardem, privátní transfery, možnost business třídy a další benefity. Umíme zařídit i let soukromým letadlem a další. Zákazníci mohou využít i personalizované služby v destinaci – třeba soukromou večeři při západu slunce, osobního průvodce nebo výlety podle přání. Češi si stále více potrpí na to, aby si dovolenou užili bez kompromisů.

Co oceňuje při sjednávání pobytu v zahraničí starší generace?

Starší cestovatelé volí spíše klidnější destinace a preferují termíny mimo hlavní sezonu. Oce-

ňují komfortní ubytování u moře nebo bazénu, kvalitní služby a možnost fakultativních výletů. Často si také připlatí za vyšší komfort či asistenci, aby měli jistotu, že dovolenou prožijí bez starostí.

Určitě jste pro další letní sezonu nachystali překvapení, zajímavé novinky, konkurenční výhody. Oč půjde především?

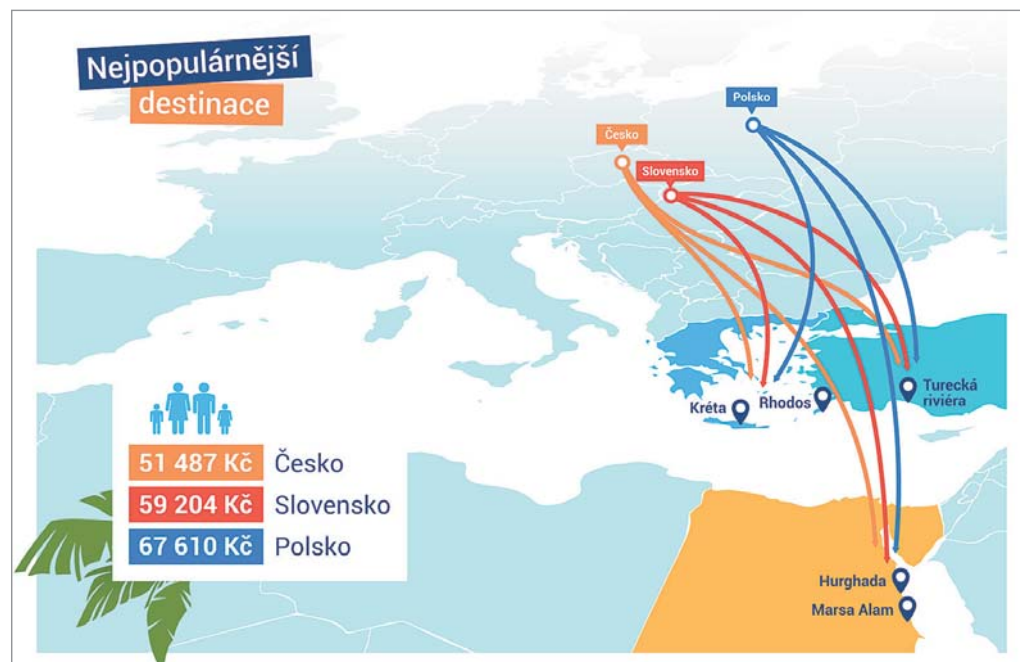
Další novinkou, kterou jsme letos spustili, jsou Invia Awards – přehled nejlépe hodnocených hotelů v populárních destinacích. Zákazníkům tím usnadníme výběr ubytování a pomůžeme jim najít ty nejlepší hotely na trhu.

Rozšířili jsme nabídku o zájezdy do Bosny a Hercegoviny s letoviskem Neum, které je cenově atraktivní alternativou k Chorvatsku. Novinkou byly také letní přímé lety na Zanzibar – chceme ukázat, že exotiku si

lze užít i během letních prázdnin. Pro podzim a zimu pak přinášíme pestrý výběr exotických destinací s přímými lety z ČR, včetně nových spojů z Prahy bez přestupu až na Maledivy.

Další novinkou, kterou jsme letos spustili, jsou Invia Awards – přehled nejlépe hodnocených hotelů v populárních destinacích. Zákazníkům tím usnadníme výběr ubytování a pomůžeme jim najít ty nejlepší hotely na trhu.

ptala se Eva Brixí



Botanique Hotel Prague získal Green Key, prestižní mezinárodní ocenění v oblasti udržitelnosti

Botanique Hotel Prague v srpnu oznámil, že získal prestižní mezinárodní certifikát Green Key, jedno z nejuznávanějších ocenění v oblasti udržitelného provozu a odpovědného cestovního ruchu. Tento úspěch je výsledkem několika měsíců intenzivní práce celého týmu a úspěšného absolvování nezávislého auditu.

Botanique Hotel Prague se tak stal sedmým hotelem v Praze, který se tímto titulem může pyšnit. Mezi další držitele patří například Augustine, a Luxury Collection Hotel Prague, The Julius Prague a Marriott Prague Hotel.

Green Key není značka, kterou si lze jednoduše pořídit. Uděluje se pouze podnikům, které prokazatelně splňují přísná environmentální

a společenská kritéria. Pro Botanique Hotel Prague to znamená zejména:

- **Úsporu vody a energie** – zavedení úsporných technologií, LED osvětlení a recyklace šedé vody
- **Snižování odpadu** – důraz na recyklaci, eliminaci plastů a odpovědnou spotřebu materiálů
- **Podporu lokálních dodavatelů** – spolupráce

s partnery sdílejícími stejné hodnoty udržitelnosti

■ **Zapojení hostů a zaměstnanců** – aktivní účast na ekologických a společensky odpovědných iniciativách

Certifikace Green Key je platná do září 2026, kdy bude Botanique Hotel Prague usilovat o její opětovné potvrzení.

„Získání certifikace Green Key je pro nás velkým oceněním a potvrzením, že směr, kterým se ubíráme, má smysl,“ říká Tomáš Nesvorný, Managing Partner skupiny Botanique Hospitality Management. „Každý den hledáme no-

vé způsoby, jak být ohleduplnější k životnímu prostředí, a tento úspěch by nebyl možný bez nasazení celého našeho týmu. Zároveň chceme ukázat, že i udržitelný provoz a špičkový hotelový servis mohou jít ruku v ruce – naším cílem je, aby každý pobyt v Botanique Hotel Prague byl nejen maximálně pohodlný a příjemný, ale také šetrný k naší planetě.“

Green Key je největší mezinárodní certifikační program v oblasti udržitelnosti pro hotely a turistická zařízení. Program spravuje Foundation for Environmental Education (FEE) a jeho udělení je podmíněno přísnými environmentálními i společenskými standardy. (tz)

Archivní zdroje pro vyhledávání historických ochranných známek



ÚŘAD
PRŮMYSLOVÉHO
VLASTNICTVÍ

Vyhledávání zaniklých ochranných známek v minulosti vlastněných výrobcí či obchodníky je ze strany veřejnosti stále požadovanou informační službou Úřadu průmyslového vlastnictví (dále též Úřad nebo ÚPV). Služba se stala velmi žádanou hlavně po roce 1991, v době restitucí, kdy se mnohdy výrobní podnik vracel zpět do rukou zakládající rodiny. Ochranné známky spjaté s tehdejšími výrobními jednotkami byly rovněž součástí znárodněného majetku. Vlastníci navráceného majetku měli zájem obnovit fungování podniku, včetně obnovy dříve používaných ochranných známek a hledali jejich historické kořeny. Řada ochranných známek znárodněných po roce 1948 zůstala též v platnosti až do dnešní doby. V současnosti vyhledávají zaniklé ochranné známky muzea, podniková muzea, ale také pořadatelé výstav z oblasti průmyslu a obchodu, kteří chtějí zachovat a prezentovat historické dědictví, včetně průmyslového vlastnictví.

První značky

První značky, jimiž výrobci označovali své produkty, mají svůj původ ve velmi dávné minulosti. Už ve starověku sloužily značky k identifikaci původu a autentičnosti výrobku a také k zajištění kvality. Zboží bylo označováno pečeti, nebo byly značky vyraženy, vypáleny či natištěny na samotné zboží. K podstatnému rozšíření značek a k jejich uplatnění dochází teprve v do-

bě feudální, a to zejména řemeslníky a kupci. Vlastními předchůdci ochranných známek v obchodním smyslu byly cechovní značky, kterými se označovalo zboží vyrobené v konkrétním cechu. S nástupem kapitalismu a s rozšířením manufaktur dochází k uplatnění značek především v rozvinutých odvětvích. Značky se začínají objevovat nejen na zboží, ale i na obalu a doprovodném tiskovém materiálu.

V kapitalismu, kdy se rozvíjí konkurence mezi těmi, kdo zboží vyrábí, nabývá značení zboží stále větší význam. Hledal se způsob, jak prokázat, že zboží pochází od určitého výrobce, či obchodníka. Výsledkem byla nutnost chránit značku registrací, aby nedošlo k jejímu zneužití, a tím začala cesta k právní ochraně označování zboží.

Známkové rejstříky

Na území Rakouska-Uherska vznikají samostatné instituce, hájící zájmy rozvíjejícího se obchodu, živností a průmyslu. Těmito institucemi byly obchodní a živnostenské komory. Založeny byly v roce 1850. Říšský zákon číslo 85 z roku 1868, o organizování komor obchodních a živnostenských, stanovil strukturu, funkci a pravomoci těchto komor. Základním úkolem bylo „zvelebení obchodu a živností, počítaje k nim i hornictví“. Pro Čechy, Moravu a Slezsko byly zřízeny komory v Praze, Liberci, Chebu, Plzni, Českých Budějovicích, Brně, Olomouci a Opavě. Komorám náleželo, mimo jiné, i registrovat známky a vzory průmyslových výrobků a vést archivy známek a vzorů. Jim též náležela povinnost vydávat „svysvědčení o protokolování známek a o předložených vzorech zboží“. Zápisné knihy – rejstříky byly volně k nahlédnutí.

Pro zápis ochranných známek byl důležitý říšský zákon číslo 19 z roku 1890, o ochraně známek, který, mimo jiné, definuje způsob po-



dávání přihlášek a náležitosti rejstříku ochranných známek:

§ 13

Chce-li kdos dojít práva, aby sám jediný užívati mohl jisté známky, předložití má čtyři exempláře té známky obchodní a průmyslové komoře, v jejímžto obvodu jest příslušný podnik.

Jeden exemplář přiloží se k známkovému rejstříku, který vede se u obchodní a živnostenské komory; druhý exemplář vrátí se strany, byv prve opatřen potvrzením, v následujícím paragrafu nařízeným.

Dva exempláře předloží se obchodnímu ministriovi.

Spolu žadatel za ochranu udati má, pro který druh zboží jeho známka jest určena.

Kromě toho podán buď obchodní a živnostenské komoře odlitek (cliché) známky, který po upotřebení vrátí se žadateli.

U známek na látky, jako jsou: kov, hlína, sklo a pod., přiloženy buďte okázky takovýchto věcí s vtištěnými (vyraženými) obrazy známkovými nejméně ve třech exemplářích.

§ 14

Organ obchodní a živnostenskou komorou ustanovený poznamenati má na každém exempláři uložených známek

- řadové číslo rejstříka,*
- den a hodinu, kdy byla známka podána,*
- jméno nebo firmu, na něž známka byla zapsána,*
- jméno podniku a zboží, pro něž známka jest určena.*

Tento záznam má podepsati a úřední pečeť přitisknouti.

Známkové rejstříky mají obsahovati údaje pod lit. a) až d) uvedené a vyloženy býti u obchodní a živnostenské komory k nahlédnutí.

§ 17

U obchodního ministeria veden bude ústřední známkový rejstřík, do něhož známky, u obchodních a živnostenských komor zapsané, budte zapisovány dle pořadí, ve kterém byly došly.

Do ústředního známkového rejstříka pojaty budte tytéž údaje, které obsahují rejstříky u obchodních a živnostenských komor vedené (§ 14).

Po vzniku Československé republiky v roce 1918 byly na území našeho nového státu převzaty dříve platné rakousko-uherské právní předpisy, včetně právní úpravy práv na označení. To bylo provedeno zákonem číslo 471 z roku 1919, týkající se zatímních opatření k ochraně známek a zákonem číslo 261 z roku 1921, kterým se rozšiřuje platnost předpisů o ochraně známek. Tyto zákony umožňovaly právní ochranu označení a zachovávaly kontinuitu známkových práv na území nově vzniklé republiky, pokud byla tato práva ve stanovené lhůtě přihlášena u příslušné obchodní a živnostenské komory.

Obchodní a živnostenské komory byly přímo podřízeny tehdejšímu Ministerstvu průmyslu, obchodu a živností (dříve Ministerstvo ob-

chodu) a poskytovaly vyžádané materiály i ostatním úřadům. Ministerstvo vedlo, mimo jiné, ústřední známkový věstník, který obsahoval zapsané známky z jednotlivých obchodních a živnostenských komor v pořadí, ve kterém byly zapsány. Pořizovalo též seznamy známek uspořádané dle abecedy, které byly volně přístupné k nahlédnutí. Úřad má k dispozici abecední seznamy ochranných známek z let 1868–1881, 1910–1917, 1923–1928 a 1929–1932. Řízení o ochranných známkách probíhalo dvouinstančně před obchodními a živnostenskými komorami a před výše uvedeným ministerstvem.

Svou činnost obchodní a živnostenské komory vykonávaly až do svého zrušení zákonem číslo 280 z roku 1948, o krajském zřízení, a nařízením vlády číslo 306, vládní nařízení o přechodu a zániku působnosti obchodních a živnostenských (průmyslových) komor, na konci roku 1948.

Patentní úřad v Praze zákonem číslo 305 z roku 1919, jenž se týká prozatímních opatření na ochranu vynálezů, začal samostatně rozhodovat o patentových přihláškách a navázal na vývoj průmyslových práv, jehož země dosáhla v rámci Rakouska-Uherska.

Teprve až od roku 1950 byla působnost Patentního úřadu rozšířena vládním nařízením číslo 284 z roku 1949, o přenesení působnosti ve věcech ochranných známek a ochranných vzorků a modelů, na Patentní úřad. Kvalitativně zcela novou úpravu představuje zákon číslo 8 z roku 1952, o ochranných známkách a chráněných vzorech. Zákon platil 36 let a dodnes představuje základ právních předpisů o ochranných známkách v České republice.

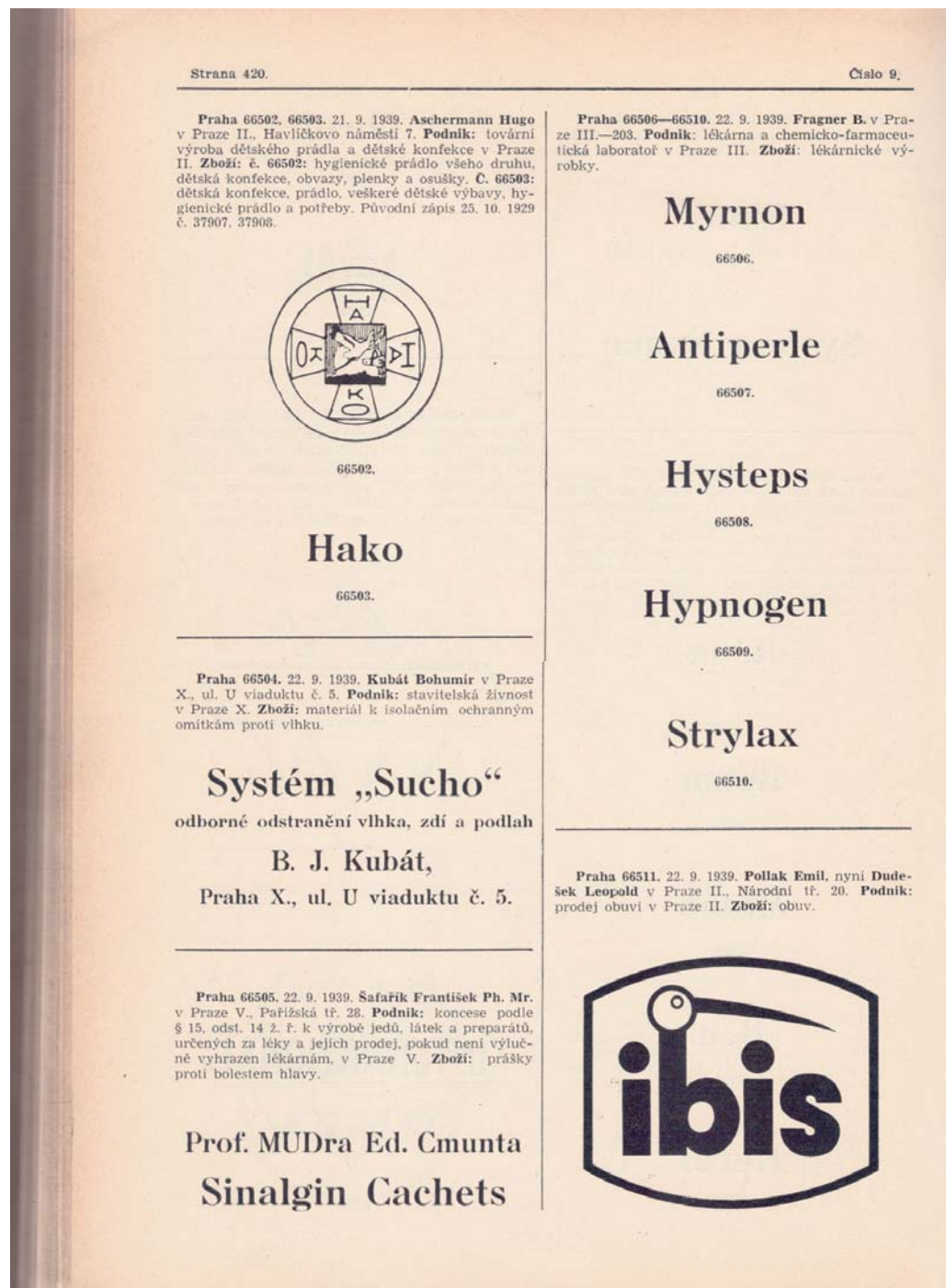
Rejstříky průmyslových práv v současnosti

V současné době stav informačních technologií, existence internetu a snaha poskytovat veřejnosti co nejvíce informací, vede Úřad průmyslového vlastnictví k využívání digitálních technologií a rozvoji informačních systémů. Úřad provozuje, mimo jiné, databáze průmyslových práv, ze kterých lze snadno a zdarma získat informace o právech průmyslového vlastnictví platných na území ČR. Tyto databáze jsou elektronickou podobou rejstříků a nalezneme zde všechny zákonné informace o národních přihláškách i zapsaných průmyslových právech.

Úřad v elektronické podobě vydává i věstník, ve kterém zveřejňuje nejen přihlášky a zapsaná průmyslová práva, ale i sdělení a informace obecné povahy vydané Úřadem, jakož i úřední sdělení a rozhodnutí zásadní povahy. Do konce roku 2006 byl věstník vydáván s měsíční periodicitou, a to v papírové podobě. Od roku 2007 je věstník vydáván s týdenní periodicitou pouze v elektronické podobě.

pokračování v listopadovém vydání

Ing. Zuzana Čapková,
oddělení Institut průmyslověprávní výchovy,
odbor patentových informací, ÚPV



Věstník 1939 – zápis ochranných známek



Strana vychází pod partnerskou záštitou České společnosti pro jakost

Konference Dny kvality 2025: spojení kvality a inovací

Letošní podzim bude již tradičně ve znamení kvality, Česká společnost pro jakost připravuje každoroční pravidelnou prestižní konferenci Dny kvality, která se zaměřuje na moderní přístupy ke kvalitě a zlepšování. Letošní ročník se uskuteční 11.–12. listopadu v pražském kongresovém hotelu Clarion. Součástí konference je i udělování ceny Ambassador kvality ČR a Mezinárodní ceny inovací za rok 2025.



Co přinese program? Dny kvality jsou přehlídkou novinek z oblasti kvality a moderních trendů, které se v tomto odvětví objevují. Na programu konference bude nejen stream přednášek vhodných pro všechny zástupce z oblasti výroby i služeb, ale také oborové a odborné zaměřené sekce. Součástí konferenčního programu je i slavnostní předávání cen vyhlášených Českou společností pro jakost.

První den se budeme věnovat ekonomické situaci v Česku v kontextu globálních změn, kybernetické bezpečnosti z pohledu automotive firem, regulaci AI a její infrastruktury a úloze státu v této oblasti, kvalifikaci a rozvoji dodavatelů, ale také například psychickým rizikům při práci nebo environmentálním tématům.

Odborné sekce budou tradičně zaměřeny na automotive průmysl a jeho specifika v kvalitě a sekci věnující se systémům managementu, třetí

tí odborná sekce bude v letošním roce zaměřena na zdravotnické prostředky.

V automotive sekci dáme prostor informacím o automatických kamerových kontrolách, analýzám pro díly obsahující software z pohledu norem VDA, aktualizovaným požadavkům na dodavatele Formel Q, požadavkům na procesní audity, nebo aplikaci norem VDA 19.1 a VDA 19.2 jak efektivně a udržitelně zavést požadavky technické čistoty v dodavatelském řetězci.

V sekci zaměřené na zdravotnické prostředky se bude hovořit o propojení principů IATF 16949 a ISO 13485, nařízení MDR a posuzování shody podle tohoto rámce, dále o procesu certifikace výrobců komponent zdravotnických prostředků podle ISO 13485.

Sekce Systémy managementu se zaměří na témata jako provádění auditů BOZP s využitím AI, využití dat v kvalitě, využití metodiky VDA 6.3

mimo automotive průmysl, implementaci normy ISO 50001 nebo kyberbezpečnost a využití ISO 27001 k naplnění požadavků NIS2.

Součástí konference bude i slavnostní předávání ocenění v rámci soutěže Ambassador kvality České republiky, v rámci níž každoročně oceňujeme firmy a organizace z veřejného sektoru. Budou předána i další ocenění jako Manažer kvality roku, Cena za návrat do života a mezinárodní Quality Innovation Award. Uděleny budou i studentské Ceny Františka Egermayera.

Konference Dny kvality 2025 má nakročeno stát se jednou z nejvýznamnějších odborných akcí letošního roku v oblasti kvality. Dny kvality jsou skvělou příležitostí, jak se seznámit s novými trendy, získat inspiraci a navázat cenné kontakty. Více o konferenci najdete na webových stránkách www.dnykvality.cz

David Kubla, Česká společnost pro jakost

Certifikace gynekologických ordinací: vyšší úroveň zajištění kvality, jistota i finanční bonus

V dnešní době, kdy se legislativní požadavky na zdravotnická zařízení neustále zpřísňují a mění, je pro soukromé gynekologické praxe stále důležitější mít zavedený systém hodnocení kvality a bezpečí poskytované péče. Tento požadavek není jen doporučením, ukládá jej zákon č. 372/2011 Sb., § 47 odst. 3, a dále rozpracovává Věstník MZ ČR 13/2021, který stanovuje minimální bezpečnostní cíle a standardy pro ambulance.

Proč se certifikovat

Hlavním důvodem je, kromě zajištění kvality a bezpečnosti služeb, nezávislá kontrola vnitřních procesů vaší ordinace a jejich soulad s platnou legislativou. Certifikovaná ordinace je tak kdykoli připravena na návštěvu kontrolních orgánů, jako jsou KHS, SÚKL, zdravotní pojišťovny či krajské úřady.

Přínosy certifikace:

- **Finanční výhoda:** Gynekologické praxe s certifikací mají vyšší bodové ohodnocení výkonů ze zdravotního pojištění.
- **Silnější pozice vůči pojišťovnám:** Certifikát prokazuje kvalitu a zvyšuje vyjednávací možnosti.
- **Důvěra pacientek:** V době, kdy si ženy mohou gynekologa svobodně vybírat, je certifikát jasným signálem kvality, bezpečí a profesionality.
- **Prevence sankcí:** Díky pravidelným auditům minimalizujete riziko pokut při kontrolách.

Naopak absence systému kvality může znamenat finanční ztráty, zhoršení reputace i riziko správních řízení.

Certifikace dle mezinárodně uznávané normy ISO 9001 zavádí do ordinace systematický vnitřní kontrolní mechanismus. Výsledkem je zefektivnění a standardizace všech procesů a jistota, že provozovaná praxe plní veškeré zákonné požadavky. Od roku 2026 navíc zdravotní pojišťovny nabídnou ordinacím s akreditovaným certifikátem ISO 9001 významný finanční bonus.

Jak vám může být ČSJ nápomocna

Jako certifikační orgán posuzujeme, zda váš systém řízení kvality odpovídá požadavkům normy ISO 9001, a na základě tohoto posouzení vystavujeme certifikát. Usilujeme o efektivní provádění auditů, tedy takové, kdy administrativní úkony spojené s přípravou a výkonem auditů naprosto minimálně ovlivní váš provoz. (csj)

Nové kurzy v nabídce ČSJ

Česká společnost pro jakost nabízí širokou škálu vzdělávacích programů zaměřených na systémy managementu a nástroje kvality. Ročně pořádáme okolo 330 kurzů, kterých se účastní více než 4500 účastníků z různých oblastí. Naše nabídka zahrnuje kurzy, semináře, konference a in-house školení, které pokrývají oblasti jako automobilový průmysl, environmentální management, bezpečnost a ochranu zdraví při práci, potravinářství, zdravotnictví, oblast ICT, ale i veřejnou správu.

V rámci naší aktuální nabídky se můžete těšit na kurzy zaměřené na moderní trendy a aktuální požadavky v oblasti kvality. Mezi novinky patří například kurz ISO 42001 a řízení AI: Praktický průvodce implementací, zaměřuje se na integraci umělé inteligence do systémů managementu kvality. Dalšími zajímavými tématy jsou Nakupování v systémech managementu nebo Školení osob podílejících se na přepravě nebezpečných věcí (ADR). Pro odborníky z automobilového průmyslu máme k dispozici kurzy jako VDA – Kvalifikace auditora podle VDA 6.8. Rádi bychom také upozornili na kurz Základy ČSN ISO 19443 aneb QMS v dodavatelském řetězci jaderné energetiky.

Pro více informací o našich kurzech a termínech navštivte naši stránku s nabídkou vzdělávání: www.csj.cz/vzdelavani. (csj)

INZERCE

KONFERENCE

11.–12. listopadu 2025

Clarion Congress Hotel Prague****, Freyova 33, 190 00 Praha 9 – Vysočany

Konference pro příznivce nových přístupů v kvalitě a zlepšování

11. 11. 2025

- Hlavní stream přednášek
- Galavečer České společnosti pro jakost – slavnostní předávání ocenění

12. 11. 2025

- Jednání v odborných sekcích • Automotive průmysl
- Zdravotnické prostředky • Systémy managementu

Program a registraci najdete na webu www.dnykvality.cz

Partneři konference

Mediální partneři



Turisté si oblíbili nákupy bez obsluhy

Automatizované obchody 24/7, s nimiž jako první přišla česká síť obchodů COOP, nacházejí stále větší uplatnění v turistických lokalitách. V porovnání s běžnými měsíci rostou tržby i počet zákazníků v automatizovaném režimu v letní turistické sezóně až trojnásobně. COOP plánuje obsadit automatizovanými prodejny další turisty navštěvovaná místa.



První automatizovaný obchod s provozem 24/7 otevřela síť COOP před více než třemi lety ve Strakonici. Od té doby obchody tohoto druhu neustále přibývají a dnes jich je v provozu celkem více než sto, model využívají i další firmy a začal se prosazovat také v zahraničí. Koncept 24/7 nachází uplatnění typicky v regionech, kde nahrazuje tradiční obchody. Jako optimální se však ukázal být i pro turistické lokality. COOP dnes provozuje obchod 24/7 například v Lipně nad Vltavou, Srní, Kašperských Horách, Dolní Moravě, Českém Krumlově, Lednici a Valticích.

„V místech s velkými sezónními výkyvy v počtech návštěvníků bylo v minulosti obtížné nabídnout kvůli nedostatku personálu dostatečný komfort pro zákazníky. Navíc na dovolené si lidé chtějí nakoupit skutečně kdykoliv, takže dokonce ani prodloužená otvírací doba nemusí stačit. Koncept automatizovaného obchodu 24/7

celý problém vyřešil,“ řekl Lukáš Němčík, místopředseda sítě COOP pro služby. Podle něj se příští měsíc otevře podobný obchod v Jeseníku a další budou následovat.

Jeho slova potvrdila i Zuzana Petáková Kormanová, výkonná ředitelka Jednoty spotřebního družstva v Mikulově: „Máme automatizované prodejny v Lednici, Valticích a Hustopečích. O prázdninách nakupuje v automatizovaném režimu zhruba o 120 % více zákazníků než po zbytek roku. Počet zákazníků nakupujících bez obsluhy roste i meziročně, a to zhruba o 40 %.

To jsou také důvody, proč plánujeme na jižní Moravě otvírat další podobné obchody.“

V roce 2023 vznikl automatizovaný obchod také v Neratově v Orlických horách. „Neratov je známé poutní místo s největším nápojem návštěvníků v letních měsících. Tržby zde v těchto měsících dosahují téměř trojnásobku v porovnání se zbytkem roku. Podobnou dobrou zkušenost máme i s obchodem v Dolní Moravě,“ potvrdil Miloslav Hlavsa, ředitel družstva Konzum Ústí nad Orlicí. Podle statistik si zákazníci v turistických lokalitách zvykli pořizovat bez

obsluhy nejen doplňkový sortiment zboží, například různé pochutiny, ale i standardní velké nákupy, což souvisí se stále častějším využíváním ubytování apartmánového typu.

„Možnost nakoupit si kdykoliv díky automatizovaným obchodům je asi největší inovací v maloobchodě posledních let. Nejde zdaleka jen o turistické lokality, ale především o celkové zvýšení komfortu zákazníků i na takových místech, jako jsou menší obce, nemocnice nebo univerzitní kampusy,“ uzavřel Pavel Březina, předseda Asociace českého tradičního obchodu. (tz)

Kaufland rozšiřuje elektronické etikety, přírodu šetří i digitální účtenky

Obchodní řetězec Kaufland sází na digitalizaci a pokračuje ve vývoji svých služeb směrem k udržitelné budoucnosti. Nově zavádí elektronické etikety v oddělení pečiva, které ročně nahradí milióny papírových štítků. Zároveň umožňuje zákazníkům zvolit si, aby se na pokladně netiskla papírová účtenka. Díky těmto inovacím jsou nákupy rychlejší a pohodlnější. Kaufland tak dokazuje, že moderní technologie zlepšují zážitek z nakupování, a přitom mohou jít ruku v ruce s ochranou životního prostředí.

všech prodejnách a do budoucna se chystá i pro další oddělení. První prodejnu, kde zákazníci najdou elektronické etikety již na všech úsecích, bude od října Kaufland v Praze na Vypichu.



„Elektronické etikety máme v úsecích ovoce a zeleniny již od roku 2017. U pečiva je vedle každé standardní etikety ještě dodatková, kde je uvedené složení výrobku. Nyní jsou nově obě etikety elektronické. Ročně tak vytiskneme zhruba o pět miliónů etiket méně, čímž ušetříme přibližně tři tuny papíru,“ upřesnila Renata Maierl, tisková mluvčí řetězce Kaufland.

Šetřete papír, chraňte přírodu

K úspoře papíru přispívá velkou měrou také možnost volby netisknutí účtenky. Zákazníci si dosud mohli zvolit výhradně digitální podobu účtenky ve věrnostní mobilní aplikaci Kaufland. Nyní si možnost netisknout účtenku mohou vybrat všichni zákazníci při platbě na samoobslužných i klasických pokladnách. V testovacím provozu v 25 prodejnách se ukázalo, že tato funkce šetří v průměru jednu třetinu celkových nákladů na účtenky. Zákazníci nemusí mít obavu, že by bez účtenky nemohli opustit samoobslužnou pokladni zónu. V případě volby Šetři přírodu na samoobslužné pokladně bude vytisknuto pouze čárový kód, kterým lze výstupní turniket otevřít.

„Možnost volby netisknout papírovou účtenku na pokladnách je naším dalším krokem na cestě k větší udržitelnosti. Tato funkce je již více než dva roky v naší mobilní aplikaci. Chtěli jsme ji však zpřístupnit také zákazníkům, kteří zatím aplikaci nainstalovanou nemají nebo jsou na nákupu bez mobilu. Nová funkce je k dispozici od září ve všech prodejnách Kaufland. Pokud by na digitální účtenku přešel každý náš zákazník, ušetřili bychom ročně zhruba 121 tun papíru,“ dodala Renata Maierl.

Nákupy na pohodu s K-Scan

Vedle udržitelnosti se Kaufland snaží zákazníkům zajistit při nákupech i co největší pohodlí. Úspora času je v dnešní době během nakupování velkou výhodou a díky funkci K-Scan jde v prodejnách Kaufland o každodenní realitu. Stačí si jednoduše naskenovat jednotlivé položky pomocí chytrého telefonu nebo ručních skenerů. Tuto službu lze využít téměř ve všech prodejnách, přičemž 103 z nich má k dispozici ruční skener, který si mohou zákazníci při nákupu zapůjčit. (tz)

Polovinu Čechů přilákají do obchodu čerstvé potraviny na titulní straně letáku, zjistil průzkum

Čerstvé potraviny, zejména ovoce, zelenina a maso, patří mezi hlavní lákadla na titulní straně tištěných letáků a motivují téměř polovinu Čechů k návštěvě obchodu. Spotřebitelé tak dávají jasně najevo, že u čerstvých potravin vnímají jejich omezenou dostupnost a možnost ušetřit díky akční nabídce. Češi oceňují vizuálně přehledné letáky se srozumitelnými cenami, které dále zvyšují jejich zájem o nákup. Vyplývá to z průzkumu agentury MNForce o nákupním chování pro Českou distribuci. Ta je součástí skupiny Vltava Labe Media a zároveň největším distributorem tištěných letáků v České republice.

„Akční nabídky na čerstvé potraviny jsou klíčovým impulzem, který přivádí zákazníky do prodejen. Vnímají je jako důležitou položku rodinného rozpočtu s možností výrazných úspor díky slevám. Pokud titulní strana letáku láká na výhodnější nákup čerstvého masa, ovoce či zeleniny, šance na návštěvu obchodu významně roste. Přehledné a vizuálně atraktivní zpracování letáků pak ještě dále posiluje motivaci k nákupu. Pro spotřebitele je důležitá především snadná orientace v cenových úda-

jích nabízených produktů,“ řekl Jaroslav Staněk, manažer marketingu a komunikace České distribuce.

Z průzkumu vyplynulo, že čerstvá zelenina, ovoce a maso na titulní straně letáku pravidelně osloví takřka polovinu respondentů (48 %). Potvrzuje se tím, že právě čerstvé potraviny fungují jako největší lákadlo k návštěvě prodejny. U žen jednoznačně vede ovoce a zelenina, muži naopak častěji kupují maso. Třetí nejsledovanější kategorií jsou mléčné výrobky.

Spotřebitelé v letácích obecně vyhledávají především nabídku potravin (86 %), dále drogerii (38 %) a kuchyňské či domácí potřeby (13 %). Dvěma třetinám Čechů se daří v letácích nacházet zajímavé nabídky často či velmi často, třetině alespoň občas. Pouze 3 % respondentů neosloví nabídky z letáků nikdy nebo jen zřídka.

Průzkum také zjišťoval, zda a jak by respondenti případně vylepšili tištěné letáky. Bezmála polovině z nich aktuální podoba letáků vyhovuje a nic by na nich neměnili. Pětina respondentů uvedla, že údajů o ceně je někdy příliš mnoho a preferovali by pouze jednu srozumitelnou akční cenu. Mezi nejčastější požadavky na zlepšení letáků patří rozšíření nabídky zlevněných produktů a jejich přehlednější uspořádání. Spotřebitelé by také ocenili kvalitnější design a vizuální zpracování letáků.

Atraktivní vizuál letáku je důležitým faktorem, který ovlivňuje nákupní rozhodování

Čechů. Více než polovina (52 %) respondentů uvedla, že atraktivní a přehledné zpracování letáku má vliv na jejich zájem o nabízené produkty, pro pětinu lidí jde dokonce o vliv zásadní. Třetina spotřebitelů se přesto stále řídí především cenou či výhodností nabídky a vizuální stránka letáku pro ně není rozhodující. Za nejdůležitější vizuální prvky letáku považují Češi výrazné označení slev (33 %), srozumitelné rozložení stránky (30 %) a dobře čitelný text (23 %).

Část spotřebitelů by také v letácích chtěla doplňkový obsah, zejména soutěže o zajímavé ceny. Uvítala by je třetina mužů (35 %) a čtvrtina žen (27 %). Především ženy by dále v letácích ocenily recepty a tipy na vaření. Každému pátému respondentovi v letácích schází uvedení nutričních hodnot nabízených produktů. Nejvíce je to patrné u věkové skupiny lidí od 30 do 39 let. (tz)

Nová platforma zaměstnavatelů má posílit zdraví zaměstnanců i zdravotní systém

Platforma Zaměstnavatelé pro zdraví (nejen) zaměstnanců a udržitelné zdravotnictví, kterou tvoří Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR, Svaz průmyslu a dopravy ČR, Hospodářská komora ČR, Všeobecná zdravotní pojišťovna ČR a Svaz zdravotních pojišťoven ČR byla představena na tiskové konferenci v Praze pořádané Konfederací zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR v rámci konference Zdravotnictví 2026.

Platforma si klade za cíl posílit roli zaměstnavatelů při péči o zdraví zaměstnanců a přispět k dlouhodobé udržitelnosti českého zdravotnictví. Zaměří se především na:

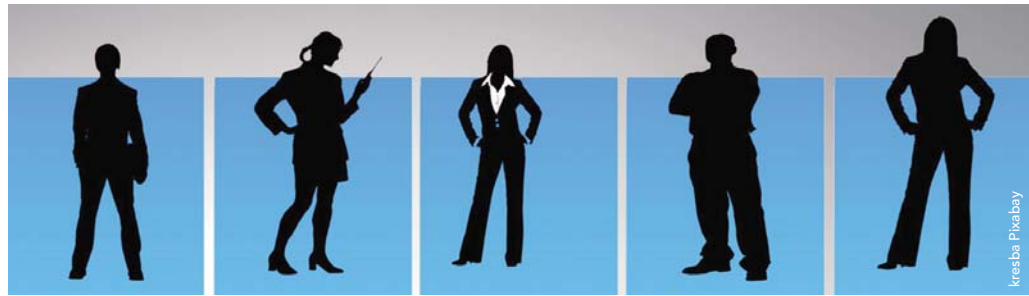
- prevenci a programy podporující fyzické i duševní zdraví,
- racionální využívání zdravotních benefitů,
- udržitelné financování zdravotnictví bez zvyšování odvodů, a tím zdražování práce,
- efektivní hospodaření zdravotních pojišťoven a zapojení soukromých zdrojů,
- digitalizaci a moderní přístup k péči.

České zdravotnictví se potýká s rostoucími náklady a deficitem veřejného zdravotního pojištění. Bez zásadních změn nebude dlouhodobě udržitelné. Zaměstnavatelé jako největší plátcí systému proto přicházejí s jasným návrhem: místo zvyšování odvodů chtějí více prevence,

moderní programy péče a efektivnější zapojení soukromých prostředků.

„Zaměstnavatelé mají eminentní zájem na výborném fyzickém i duševním zdraví svých zaměstnanců, a to nejen proto, že zdravý zaměstnanec je produktivnější, ale také proto, že prevence a péče přispívají k udržitelnosti celého systému zdravotnictví. Český systém se dlouhodobě potýká s rostoucími náklady a deficitem, proto je nutné více zapojit soukromé zdroje a zkušenosti zaměstnavatelů. Nová platforma Zaměstnavatelé pro zdraví je jasným signálem a deklarací toho, že jsme připraveni spolupracovat se státem, zdravotními pojišťovnami a dalšími partnery na tom, aby zdravotní péče byla dostupná, efektivní a dlouhodobě financovatelná. Nechceme zvyšování odvodů, a tím zdražování práce v ČR, chceme však posilovat prevenci, moderní programy péče a motivovat zaměstnance ke zdravému životnímu stylu,“ uvedl Jiří Horecký, prezident Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR.

„Zaměstnavatelé a jejich zaměstnanci už dnes financují více než 70 % příjmů veřejného zdravotního pojištění. Proto jasně říkáme, že cesta z problémů s financováním českého zdravotnictví nemůže vést přes další navyšování odvodů a zdražování práce. Potřebujeme novou vizi a stabilní dlouhodobý rámec, který obstojí i v době stárnutí populace a nárůstu chronických onemocnění. Klíčem je vyšší efektivita, digitalizace a chytré využívání dat. Stejně důležité



je vnímat prevenci a péči o zdraví jako nezbytnou investici – nejen státu, ale i každého z nás. Tato platforma je příležitostí, jak propojit stát, zaměstnavatele a zdravotní pojišťovny a společně hledat řešení, která udrží kvalitu a dostupnost péče i do budoucna,“ řekl prezident Hospodářské komory Zdeněk Zajíček.

„Máme skvělé zdravotnictví, ale jeho dynamika vyvolává určité znepokojení,“ sdělil Tomáš Kolář, člen představenstva Svazu průmyslu a dopravy ČR a vedoucí jeho expertního týmu pro zdravotnictví. „Pokud chceme zdravotnictví, které bude fungovat za 10, 20 či 30 let, musíme ho začít měnit už dnes. Nejen ladit drobnosti, ale udělat promyšlenou, odvážnou a systémovou reformu.“

„Platforma, kde budou zastoupeni nejvýznamnější plátcí zdravotního pojištění v Česku, bude tím správným místem pro sdílení příkladů dobré praxe. Z hlediska efektivity systému českého zdravotnictví bude prospěšná pro všech-

ny zúčastněné,“ uvedl ředitel VZP ČR Zdeněk Kabátek.

„Pokud nechceme opakovaný růst daní nebo odvodů, pak je jen jedno řešení. Tím je zvyšování nákladové efektivity cestou vyšší konkurence pojišťoven a poskytovatelů zdravotní péče. To je cesta nejen k lepším službám za lepší cenu, tedy k efektivitě, ale také k většímu prostoru pro spolupráci pojišťoven a zaměstnavatelů, která umožní zlepšování zdraví zaměstnanců,“ dodal Martin Balada, prezident Svazu zdravotních pojišťoven ČR.

„Zaměstnavatelé jsou klíčovým partnerem MZD v krocích směřujících ke zlepšení zdraví zaměstnanců, debyrokratizaci a podpoře prevence. Tato spolupráce přinesla řadu úspěchů, včetně zrušení povinných pracovnělékařských prohlídek u nerizikových profesí či vyhlášky o programech podpory zdraví. Vznik této platformy spolupráci ještě posílí, což jednoznačně vítám,“ uzavřel ministr zdravotnictví Vlastimil Válek. (tz)

Zásadně proti plošnému zvýšení platů



Koncem září se v Praze uskutečnilo další jednání zástupců vlády ČR, odborů, krajů a zaměstnavatelů (Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR) o navýšení základních platových tarifů od 1. ledna 2026. Vláda představila nový návrh plošného zvýšení platů ve veřejném sektoru o 2000 Kč pro všechny zaměstnance. Výjimku tvoří pedagogičtí pracovníci: u zaměstnanců do 8. platové třídy má jít o navýšení o 2000 Kč, u ostatních o 7 %. Tento návrh je pro zaměstnavatele naprosto neakceptovatelný.

„Plošně lze přidělovat pouze sociální dávky, nikoli zvyšovat platy. Pokud bychom akceptovali nominální navýšení o 2000 Kč všem, vysíláme jasný signál, že v této zemi se nevyplatí studo-

vat, vzdělávat se, zvyšovat kvalifikaci, nést větší odpovědnost a kompetence,“ uvedl Jiří Horecký, prezident Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR.

Systém základních platových tarifů je postaven na dvou principech:

- platové třídy zohledňují odbornost, kvalifikaci, kompetence, zodpovědnost a vzdělávání,
- platové stupně vyjadřují počet let praxe a nabyté zkušenosti.

„Absurdní kvazi-socialistický návrh vlády tyto principy popírá. Pokud přidáme stejnou částku těm, kteří vydělávají málo, i těm, kteří mají vyšší odpovědnost a kvalifikaci, povede to k rovnání platů napříč profesemi – bez ohledu na to, zda jde o uklízečku, prادلenu, zdravotní sestru, pečovatelku, učitele, nebo lékaře. To je

nutné zásadně odmítnout,“ doplnil Jiří Horecký.

Zaměstnavatelé, kraje a zástupci měst a obcí přišli se společným kompromisním návrhem: zvýšení základních platových tarifů o 5 %, u pedagogických pracovníků o 7 % a u přílohy č. 1 o 9 %. Tato skupina zahrnuje nejhůře odměňované zaměstnance, zejména technické, administrativní a dělnické profese, pracovníky v kultuře, nepedagogické pracovníky či zaměstnance samospráv.

Odbory navrhly navýšení u přílohy č. 1 a státní služby o 9 % a u přílohy č. 2 a 3 o 6 %. Všechny strany si nyní propočítají dopady jednotlivých návrhů. (tz)

INZERCE

ČIA je členem mezinárodních organizací a signatářem multilaterálních dohod o vzájemném uznávání

Evropská organizace pro spolupráci v oblasti akreditace (EA)

Mezinárodní spolupráce v oblasti akreditace laboratoří (ILAC)

Mezinárodní akreditační fórum (IAF)

Fórum akreditačních a licenčních orgánů (FALB)

ČIA, Hájkova 2747/22, Žižkov, 130 00 Praha 3
tel.: +420 272 096 222, mail@cai.cz, www.cai.cz

ČESKÝ INSTITUT PRO AKREDITACI, O.P.S.

Český institut pro akreditaci, o.p.s. akredituje:

- ✓ zkušební laboratoře
- ✓ kalibrační laboratoře
- ✓ zdravotnické laboratoře
- ✓ certifikační orgány provádějící certifikaci produktů
- ✓ certifikační orgány provádějící certifikaci systémů managementu
- ✓ certifikační orgány provádějící certifikaci osob
- ✓ validační a ověřovací orgány
- ✓ inspekční orgány
- ✓ poskytovatele zkoušení způsobilosti
- ✓ výrobce referenčních materiálů
- ✓ environmentální ověřovatele programu EMAS
- ✓ biobanky

Evropské nařízení o datech vstupuje v platnost, co to znamená pro firmy a spotřebitele

Již od 12. září 2025 začalo platit nové nařízení Evropské unie o přístupu a sdílení dat. Data Act je významným krokem směrem k tomu, aby EU byla nejen hospodářským prostorem otevřených dat, ale i místem, kde je sdílení dat regulováno spravedlivě, s ohledem na ochranu práv, inovaci i konkurenci. Spotřebitelé by měli získat více práv, větší kontrolu a širší nabídku služeb. Tématu se věnoval Tomáš Kubíček, partner společnosti BDO, který se zabývá technologickým poradenstvím.

„Data Act přináší firmám celou řadu nových povinností, na které se musí dobře připravit. Technicky půjde o složitý proces, který si vyžádá investice do systémů. Velkou otázkou bude i nalezení hranice mezi osobními a neosobními daty. V praxi často pracujeme s kombinovanými datovými sadami a není snadné rozlišit, co ještě spadá pod GDPR, a co už ne,“ komentoval.

„Dalším oříškem je ochrana obchodního tajemství a duševního vlastnictví. Na jedné straně legislativa podporuje otevřenost a sdílení, na straně druhé musíme chránit inovace a know-how firem. Nejasnosti vyvolává i oblast sankcí – protože je stanovují jednotlivé členské státy, mohou se lišit nejen výši pokut, ale i výkladem. Proto je důležité sledovat, jak přesně se Data Act promítne do českého práva. A konečně nesmíme zapomenout na mezinárodní dopady – Data Act se dotkne i firem mimo EU, které na evropském trhu působí, a i ty musejí počítat s kontrolami a možnými sankcemi,“ doplnil Tomáš Kubíček.

Jaké jsou klíčové prvky Data Actu?

■ **Právo na přístup k datům:** Uživatel zařízení či služby (např. chytrého spotřebiče nebo průmyslového senzoru) má právo získat data, která toto zařízení vytváří. Pokud nejsou k dispozici v reálném čase, musí je výrobce poskytnout bez zbytečného odkladu a zdarma.

■ **Možnost sdílet data s třetími stranami:** Uživatel může svá data poskytnout dalším firmám – například nezávislému servisu. Tím se otevírá prostor pro více služeb a férovější konkurenci.

■ **Ochrana malých podniků:** Nejmenší firmy (mikro a malé podniky) mají z povinností výjimku, aby je nové náklady neohrozily.

■ **Kompenzace za zpřístupnění dat:** Pokud data využívá třetí strana, může jejich držitel dostat spravedlivou a přiměřenou odměnu. Pravidla mají zabránit diskriminaci či zneužívání.

■ **Spravedlivé smluvní podmínky:** Data Act chrání malé a střední firmy před neférovými smlouvami, které by jim vnucovali silnější partneři. EU navíc chystá vzorové smluvní doložky.

■ **Sdílení dat s veřejnými institucemi:** Ve výjimečných situacích (např. přírodní katastrofa, pandemie) budou firmy povinny předat potřebná data státním orgánům – rychle a bezplatně.

■ **Snadnější přechod mezi poskytovateli cloudu:** Zákazníci se budou moci jednoduše a bez sankcí přesunout k jinému poskytovateli cloudových služeb, což má omezit tzv. vendor lock-in.

■ **Ochrana před neoprávněným přístupem ze zahraničí:** Přísná pravidla mají zabránit tomu, aby neosobní data uložená v EU byla vydávána vládám mimo EU v rozporu s evropským právem.

■ **Revize databázových práv:** Databáze vzniklé z dat generovaných IoT zařízeními nebudou chráněny speciálním právem sui generis – aby data mohla být lépe využívána.

■ **Vyvážení s duševním vlastnictvím a obchodním tajemstvím:** Data Act nemění pravidla duševního vlastnictví ani ochrany obchodních tajemství, ale jasně stanovuje, že povinnost sdílet data nesmí tato práva porušovat.

Jaké mohou firmy očekávat postihy, pokud nebudou plnit povinnosti?

Členské státy si stanovují vlastní pravidla pro sankce. Ty musí být efektivní, proporcionální a odrazující. Při uložení sankcí mají být zohledněny faktory jako:

- povaha, závažnost, rozsah a délka porušení.
- opatření, jež pachatel přijal ke zmírnění či nápravě škody,
- předchozí porušení,
- finanční výhody plynoucí z porušení nebo úspora nákladů,
- jiné zmírňující nebo přitěžující okolnosti,
- obrat pachatele za předchozí účetní období v rámci unie.

Každý členský stát EU si musel do 12. září určit, jaké sankce budou uplatňovány za porušení nařízení v jeho zemi.

Jak jsme na tom aktuálně s pravidly pro sankce v ČR?

■ Ministerstvo průmyslu a obchodu uvádí na svých stránkách, že připravuje implementaci Data Act.

■ Úřad pro ochranu osobních údajů (ÚOÚ) by měl být zapojen do dohledu nad dodržováním pravidel, zejména pokud jde o ty případy, které se týkají osobních údajů.

Co zatím není konkretizováno?

■ Zatím není veřejně znám konkrétní český zákon, který by definoval přesné skutkové podstaty přestupků podle Data Actu, ani výši pokut, která by se uplatnila v rámci ČR.



foto Pixabay

■ Zveřejněny nejsou dosud žádné návrhy, kolik by mohly sankce v ČR činit za různé druhy porušení, ani to, zda budou definovány jako u GDPR (např. procentní podíl z obrátu), stanoveny pevně, nebo půjde o kombinaci.

■ Také zatím není jasné, které české soudy/orgány či inspekční instituce budou vykonávat dozor v konkrétních oblastech, pokud není záležitost v rámci osobních údajů.

Jaké má nové nařízení dopady na organizace a spotřebitele?

Organizace by se měly zaměřit na tyto oblasti:

■ **Revize smluv:** Smlouvy o prodeji, pronájmu nebo poskytování IoT / připojených produktů musí jasně definovat, kdo má přístup k jakým datům, v jakém formátu, zda sdílení s třetími stranami je možné, za jakých podmínek.

■ **Technická připravenost:** Musí být možné exportovat (exportovat) data, zajistit interoperabilitu, ochranu dat, obchodního tajemství, zajistit, že produkty/služby mají rozhraní (API) nebo jiné mechanismy, které umožňují datový přístup.

■ **Bezpečnost & ochrana (trade secrets, IP):** Když jsou data obhospodařována v souvislosti s IoT a souvisejícími službami, často obsahují informace, které jsou citlivé (pro IP, know-how). Firmy si budou muset připravit opatření, která ochrání obchodní tajemství, zároveň ale nepřekážejí plnění zákonných povinností.

■ **Strategie pro veřejné žádosti:** Být připraven reagovat, pokud veřejné orgány požadují data v situacích nouze nebo veřejného zájmu, včetně procesu, jak zjistit, zda je požadavek legitimní, písemný, s ochranou práv (anonymizace, minimalizace) apod.

■ **Soulad s GDPR:** Osobní data spadají i nadále pod GDPR – takže pokud Data Act vyžaduje

přístup nebo sdílení, organizace musí zároveň zajistit, že jsou splněny požadavky GDPR (např. právní základ pro zpracování, účel, informace subjektům apod.).

Pro spotřebitele z nové legislativy vyplývají především výhody:

■ **Větší kontrola nad vlastními daty:** Pokud máte zařízení s internetem věcí (IoT), budete mít právo k datům, která zařízení generují – mít přehled, sdílet tato data s třetími stranami podle své volby.

■ **Možnosti nových služeb:** Opravný, aftermarket servis, analytické aplikace či služby založené na využití dat – spotřebitelé mohou těžit z větší nabídky a konkurence.

■ **Více transparentnosti:** Podmínky budou jasnější, smlouvy musí uvádět, co dostanete, jak a kdy můžete přejít na jiného poskytovatele služby, jaká práva máte – méně překvapení.

■ **Ochrana před nekalými praktikami:** Například když silnější strana (výrobce, velká firma) nařídí jednostranné smluvní podmínky, které jsou pro spotřebitele znevýhodňující – Data Act stanoví rámec pro testování, zda je smluvní podmínka „nespravedlivá“, a pokud ano, může být neplatná.

„Plné dopady Data Actu se projeví hlavně u nových výrobků a služeb uváděných na trh od roku 2026. Teprve tehdy uvidíme, jak zásadně ovlivní praxi výrobců i poskytovatelů služeb. Velkou neznámou zůstává vztah k americkému Cloud Actu, který ukládá americkým firmám povinnost předat data vládním orgánům i mimo území USA. Není jasné, jak se obě legislativy sladí a zda nedojde k právním konfliktům,“ uzavřel Tomáš Kubíček. (tz)

V Česku se nyní připravuje zavedení jednotného systému řízení bezpilotních letadel

Česká republika se zařazuje mezi první členské státy Evropské unie, které aktivně pracují a zavádějí jednotný evropský systém řízení bezpilotního provozu známý jako U-space. V současné době probíhá finalizace přípravy na integraci tzv. Common Information Service (CIS) – základního mozku tohoto systému. Dodavatelem CIS je česká technologická společnost UpVision ze skupiny CSG Aerospace.

Po úspěšném dokončení prvních milníků je projekt nyní ve fázi implementace. Očekává se, že ostrý provoz systému bude spuštěn v průběhu léta 2026. Je však třeba zdůraznit, že samotný CIS nepředstavuje kompletní U-space. Plně funkční systém vznikne teprve propojením CIS s poskytovateli U-space služeb (USSP), kteří

projdou certifikací ÚCL. Teprve pak bude možné mluvit o kompletním zavedení U-space, které se očekává nejdříve v roce 2027. Česká republika tak stojí mezi lídry v Evropě, kteří jsou na této cestě, a zavedení CIS je klíčovým krokem k dosažení tohoto cíle.

Zavádění systému U-space v ČR představuje významný krok k bezpečné a efektivní integraci dronů do vzdušného prostoru. Díky technologii CIS od UpVision bude splněna klíčová bezpečnostní podmínka: systém umožní sdílet a koordinovat klíčové informace mezi provozovateli dronů, poskytovateli služeb U-space a řízením letového provozu. Drony tedy budou v těchto U-space prostorech zviditelněné a budou využívat pokročilé U-space služby pro nejvyšší zabezpečení takového provozu ve vzdušném prostoru. Systém CIS bude sloužit jako centrální informační uzel, který umožní výmě-

nu dat o letových zónách, autorizacích, identitě letadel a dalších provozních údajích. Zásadně tak zlepší bezpečnost, předvídatelnost a plynulost provozu bezpilotních prostředků – a to například v budoucnu i v intravilánech měst s ohledem na vznik takových prostorů U-space. „Jsme hrdí na to, že technologie vyvinutá v České republice pomáhá formovat budoucnost evropského bezpilotního provozu. CIS, který jsme navrhli a dodáváme, je modulární a plně v souladu s evropskými standardy U-space,“ uvedl Štěpán Alexa, CEO společnosti UpVision.

Zavedení systému U-space a jeho napojení na CIS je součástí širší digitalizace a automatizace leteckého provozu v Evropě a podporuje rozvoj inovativních služeb, jako jsou doručovací drony, inspekce infrastruktury nebo bezpečnostní monitoring. Potenciálně velmi významné bude využití dronů například v oblasti Medi-

cal Delivery, kde může zajistit rychlou, efektivní a bezpečnou přepravu například krve, krevní plazmy či důležitých léčiv a ušetřit cenný čas, který se mnohdy dopravou na pozemních komunikacích ztrácí. Významnou úlohu mohou drony sehrát při zajištění bezpečnosti infrastruktury či hromadných akcí. Pozitivní zkušenosti s drony jsou také například při kontrole například energetické infrastruktury. Obří potenciál ale do budoucna představuje především drone delivery, tedy přeprava zboží, výhledově též osob.

Na systému CIS úzce spolupracují také další dvě firmy z divize CSG Aerospace, softwarové společnosti CS-Soft a Atrak, které se dlouhodobě specializují na vývoj systémů a produktů pro řízení letového provozu. Spolupráce se týkala jak vývoje, tak testování softwaru, včetně využití AI agentů, tedy prvků umělé inteligence. (tz)

CRIF: do konce srpna u nás zbankrotovalo 4265 podnikatelů, meziročně o 15 % více

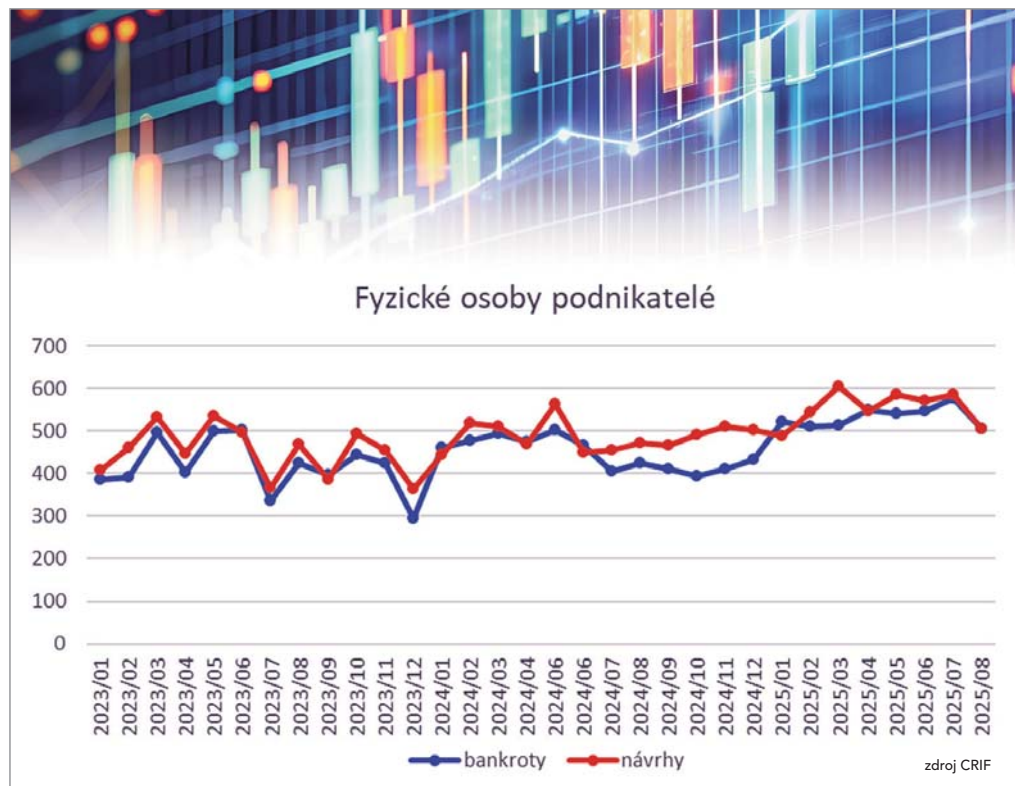
Od ledna do konce srpna letošního roku v Česku vyhlásilo bankrot 4265 fyzických osob podnikatelů. Oproti stejnému období loňského roku to bylo o 15 % více. Letos bylo zároveň podáno 4433 návrhů na bankrot, meziročně to byl růst o 14 %. Vyplývá to z analýzy, kterou provedla společnost CRIF – Czech Credit Bureau na základě dat portálu www.informaceofirmach.cz.

„Za prvních osm měsíců roku zbankrotovalo o 563 více podnikatelů než za stejné období minulého roku. Byl to také nejvyšší počet bankrotů fyzických osob podnikatelů v tomto období od roku 2021, kdy jich bylo o 92 více. Výrazně vyšší počet za osm měsíců roku byl naposledy v roce 2020, kdy jich bylo o 870 více než letos. Platební morálka podnikatelů při splácení úvěrů se mírně zhoršuje, přičemž objem úvěrů letos roste rychleji než objem vkladů. Počet bankrotů podnikatelů se zvyšuje již třetím rokem po sobě, stále však ještě nedosahuje úrovně z let 2020 a 2021,“ řekla Věra Kameníčková, analytička společnosti CRIF – Czech Credit Bureau.

V srpnu v Česku bankrot vyhlásilo 505 fyzických osob podnikatelů. Bylo to o 72 méně než v červenci a prozatím nejnižší počet za měsíc v letošním roce. Dále bylo podáno 506 insolvenčních návrhů, o 79 méně než v červenci. Počet návrhů na bankrot byl v srpnu druhý nejvyšší od začátku roku.

Nejvíce bankrotů bylo v Moravskoslezském kraji

Letos bylo nejvíce bankrotů podnikatelů vyhlášeno v Moravskoslezském kraji (560), ve Stře-



dočeském kraji (514) a v Praze (491). Nejméně bankrotů soudy vyhlásily v kraji Vysočina (144) a v Karlovarském kraji (158).

Nejvýrazněji se jejich počet oproti období od ledna do srpna loňského roku zvýšil ve Středočeském kraji (o 29 %). Podobná dynamika byla také v Jihočeském kraji (o 27 %). V Karlovarském kraji se jejich počet zvýšil o 24 %. Zhruba o pětinu se počet bankrotů meziročně zvýšil v Libereckém kraji a v Ústeckém

kraji. Počet bankrotů podnikatelů vzrostl ve všech krajích. Nejméně to bylo v Královéhradeckém kraji, a to pouze o 4 %. V Jihomoravském kraji se počet bankrotů zvýšil o 6 % a v kraji Vysočina o 7 %.

Za posledních 12 měsíců připadlo nejvíce bankrotů na 10 000 aktivních podnikatelů v Ústeckém kraji, a to 88. V Moravskoslezském a v Karlovarském kraji připadlo na 10 000 aktivních podnikatelů shodně 87 bankrotů. Průměr

za celou ČR byl 58 bankrotů na 10 000 podnikatelů. Nejlépe na tom byla Praha s 37 bankrotů. V kraji Vysočina a ve Zlínském kraji připadlo shodně 45 bankrotů na 10 000 podnikatelů. Pořadí krajů z hlediska ohrožení podnikatelů bankrotem se v čase výrazněji nemění.

Stavebnictví vede

Zatímco obchodních společností letos zbankrotovalo nejvíce v odvětví obchodu, mezi podnikateli bylo letos nejvíce bankrotů v oboru stavebnictví (1017), dále v obchodu (725) a ve zpracovatelském průmyslu (569). Nejvíce se jejich počet meziročně zvýšil v administrativních a podpůrných činnostech, a to o 45 %. Značný růst vykázalo i odvětví nakládání s nemovitostmi (o 32 %) a ubytování a stravování (o 26 %). Jediným oborem, ve kterém se za období od ledna do srpna počet bankrotů podnikatelů meziročně snížil (o 19 %), byly informační a komunikační činnosti.

Bankrot nejvíce hrozí podnikatelům v odvětví dopravy a skladování, ve kterém za posledních 12 měsíců připadlo na 10 000 registrovaných subjektů 77 bankrotů. Ve stavebnictví to bylo 54 bankrotů a v odvětví stravování a ubytování 41. V těchto třech odvětvích jsou podnikatelé nejvíce ohrožení bankrotem již delší dobu. Nejnižší míru bankrotů vykazuje odvětví informačních a komunikačních činností a profesí, vědecké a technické činnosti.

V počtu bankrotů podnikatelů se zvyšuje podíl těch, kteří byli na trhu maximálně pět let, a klesá podíl podnikatelů, kteří na trhu působili 31 let a více. Více než dvě třetiny podnikatelů, u kterých byl vyhlášen bankrot, nevykazovaly žádný obrat. (tz)

JPF Czech: když šéf odjede, firma se zastaví

Srpen je pro většinu lidí vrcholem léta. Pro firmy je ale často neúprosným zrcadlem toho, jak opravdu fungují. Klíčoví lidé jsou mimo kancelář, obchodní partneři mají zpomalený režim a zákazníci přesto čekají na servis, na který jsou zvyklí.



Podle čerstvého průzkumu portálu Platy.cz letos pracuje během dovolené až 61 % Čechů. Jen 1 % z nich ve stejném tempu jako obvykle, ale i „občasné“ vyřizování e-mailů nebo telefonátů znamená, že dovolená není skutečným odpočinkem. Manažeři a lidé s vyšší mzdou jsou navíc v tomto směru neaktivnější. Jen 10 % z nich dokáže během volna opravdu vypnout.

Co to znamená

Z krátkodobého pohledu může být „pracovní dovolená“ výhodná. Úkoly se neodkládají, klient dostane odpověď. Z dlouhodobého ale přináší řadu rizik: vyšší pravděpodobnost vyhoření, úzkost a ztráty koncentrace, neformální tlak na ostatní zaměstnance, a dokonce i kyberbezpečnostní hrozby při práci z nezabezpečených sítí. A to nás vrací k jádru problému. Pokud se zaměstnanci či ředitelé cítí být nepostradatelní i u moře, je to signál, že firma stojí na lidech, ne na systému. Letní měsíce jsou ideálním momentem tyto slabiny odhalit a opravit. Za patnáct let

praxe vidím opakující se scénář. Firma jede zdánlivě hladce, ale jen do chvíle, kdy hlavní lídr odjede na dovolenou. Najednou se ukáže, že nikdo jiný nemá dost informací, pravomocí nebo odvahy rozhodnout. Výsledkem je zbytečný stres, odkládání úkolů a návrat z dovolené s přetékajícím inboxem a vyčerpanou hlavou.

Proč je to problém

Závislost na jednom člověku: Pokud se bez vás nic nepohne, firma je zranitelná.

Slabé procesy: Absence jasných postupů znamená, že každý problém čeká na „toho jednoho, co to vždy vyřeší“.

Chybějící zástupnost: Pokud lidé neumí zastoupit kolegy, vznikají zbytečné prostoje.

Co s tím udělat?

1. Delegujte dříve, než odjedete – Nechte tým převzít část vašich pravomocí ještě před dovolenou, ať si všichni vyzkouší rozhodovat bez vás.

2. Nastavte jasné procesy – Písemné instrukce nejsou byrokracie, ale mapa, podle které může firma fungovat i bez „navigátora“.

3. Budujte zástupnost – Každá klíčová pozice musí mít minimálně jednoho člověka, který zvládne práci převzít.

4. Podporujte odpojení – Jasně komunikujte, že dovolená je určená k odpočinku, a sami jděte příkladem.

5. Vyhodnoťte srpen po návratu – Udělejte si seznam toho, co se zvládlo bez vás, a co ne, a na podzim tyto mezery odstraňte.

Srpen může být pro firmu tvrdý, ale užitečný stres test. Pokud projdete, znamená to, že váš tým i procesy fungují. Pokud ne, není to tragédie. Je to příležitost nastavit řízení tak, aby příští rok vaše dovolená byla dovolenou i pro vás.

Ing. Jiří Jemelka,
expert na restrukturalizaci firem
a zakladatel společnosti JPF Czech

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 aktuálních 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.



Nejlepší biopotravinou roku 2025 je smetana ve skle

PRO-BIO Svaz ekologických zemědělců vyhlásil výsledky soutěže Nejlepší biopotravina roku 2025. Celkovým vítězem se stala Smetana Bio ve vratných sklenicích od společnosti Naše Farmy Pá-Pá. V dalších kategoriích uspěly například bio kančí šunka, jablečný mošt či jablečný ocet. Nejlepším biovinem se stala Pálava z Bio vinařství Víno Marcinčák v Mikulově. Soutěž, určená tuzemským výrobcům a producentům biopotravin, se letos uskutečnila už po čtyřicáté.

Smetana Bio z Vysočiny

Nejlepší biopotravinou roku 2025 se stala Smetana Bio od značky Naše Farmy Pá-Pá. Podle Pavla Maurera, předsedy poroty, vynikla zejména svou výjimečnou chutí. Díky plnění do vratných sklenic si zachovává maximální čerstvost a zároveň snižuje ekologickou stopu.

„Impulzem bylo co nejlépe využít mléko v biokvalitě a propojit moderní, šetrné zpracování s respektem k přírodě i zvířatům. Produkt navazuje na tradici ekologického hospodaření v srdci Vysočiny a spojuje moderní technologie s úctou k surovině,“ říká Ondřej Páral, jednatel a majitel společnosti Naše Farmy Pá-Pá, která kromě mléčných bioproduktů vyrábí také masné výrobky.

Společnost kladě důraz na využívání vratných sklenic, které podtrhují čerstvost a chuť výrobků a zároveň zvyšují jejich ekologickou hodnotu. Sklo nijak neovlivňuje původní vlastnosti smetany a vracením obalů se navíc daří omezovat dopady na životní prostředí.

„Smetana byla jasnou volbou. Na první pohled působí jako obyčejný a téměř tuctový produkt, ale ve skutečnosti je velmi unikátní. V eko-



Letošní oceněné bioprodukty

logickém režimu, v biokvalitě a od tuzemských ekofarem je smetanu opravdu obtížné získat. Navíc tato konkrétní je chuťově výjimečná – a to díky kvalitě vstupní suroviny i dlouholetým zkušenostem zpracovatele,“ doplňuje, proč zvítězil tento produkt, Kateřina Urbánková, manažerka PRO-BIO Svazu ekologických zemědělců.

Smetana je vyráběna z biomléka, které firma dodává moderní kravín v Rožné na Vysočině. Zákazníci ji najdou v prodejnách Naše Farmy Pá-Pá v Rožné a v Kuřimi, nebo ve vybraných bioobchodech po celé ČR. „Je to pro nás

nejen potvrzením společné práce, ale hlavně inspirací k dalšímu rozvoji ekologického zemědělství. Každý zákazník, který si vybere naše produkty, podpoří férovou a udržitelnou výrobu – děkujeme, že v tom jedete s námi,“ dodává Ondřej Páral.

Zaujala i kančí šunka a produkty z jablek

V soutěži uspěla i řada dalších výrobků. Společnost Naše Farmy Pá-Pá získala ocenění také v kategorii Nejlepší steakové biomaso s vepřovým T-bone steakem. V kategorii masných výrobků porotu zaujala bio kančí šunka z přeštického plemene z Biofarmy Sasov. Mezi rostlinnými biopotravinami zvítězil bio jablečný mošt ze Statku Cidlina. V kategorii gastronomických produktů a pochutin byl nejlépe hodnocen hostětínský jablečný bioocet z Moštárny Hostětín. Titul Biovíno roku si odnesla Pálava, Výběr z bobulí 2024 z bio vinařství Víno Marcinčák v Mikulově. Do letošního ročníku soutěže se přihlásilo celkem 141 výrobků.

Jak se vybírá nejlepší biopotravina

O vítězích v jednotlivých kategoriích i o celkovém vítězi rozhoduje odborná porota. Letos ji tvořilo 18 členů z různých profesních oblastí. Porota svá kritéria pravidelně aktualizuje a do-

plňuje, aby odpovídala současným trendům i požadavkům na udržitelnost.

„Práce poroty se každoročně vyvíjí – zvažujeme nová nebo vylepšujeme původní kritéria hodnocení. V posledních ročnících jsme například začali posuzovat i odpovědné chování biofarmářů, zaměstnávání handicapovaných či potřebných nebo smysluplné využívání vodních zdrojů. Stejně tak se snažíme, aby složení poroty bylo odborně i profesně pestré a zároveň harmonické,“ vysvětluje předseda poroty Pavel Maurer.

Co přináší ocenění

Úspěch v soutěži přináší výrobcům nejen prestiž a mediální pozornost, ale také cennou zpětnou vazbu. Oceněné produkty se pravidelně představují na akcích v Česku i v zahraničí. Čeští zákazníci je mohou ochutnat například na Festivalu biovin a sýrů, který proběhne 20. září v Mikulově. Akce se koná pod záštitou ministra zemědělství a ústředního ředitele Státní zemědělské a potravinářské inspekce.

Kdo je PRO-BIO Svaz ekologických zemědělců

PRO-BIO Svaz ekologických zemědělců je jediné celostátní sdružení ekozemědělců, zpracovatelů a prodejců biopotravin. Sdružuje také poradce, školy, spotřebitele a přátele ekologického zemědělství.

Hlavním posláním svazu je prosazovat v ČR ekologické zemědělství jak v intenzivních, tak extenzivních produkčních oblastech. Důležitou součástí činnosti je propagace biopotravin, vždy s ohledem na zájmy ekologických zemědělců, členů Svazu PRO-BIO, kteří tento obor v ČR rozvíjejí a prosazují již od roku 1990.

O soutěži

Soutěž Nejlepší biopotravina roku (do roku 2021 nesla soutěž jméno Česká biopotravina roku) je největší soutěž v oblasti potravin s certifikací bio u nás. O prestižní titul se každoročně ucházejí desítky výrobků – potravin vyprodukovaných tuzemským ekologickým zemědělstvím. Účast v soutěži nabízí výrobcům biopotravin jedinečnou příležitost pro zviditelnění svých výrobků jak mezi obchodníky samotnými, tak pro zpopularizování mezi širokou veřejností. Soutěž je každoročně pořádána pod záštitou ministra zemědělství a ústředního ředitele Státní zemědělské a potravinářské inspekce. Soutěž se koná od roku 2002. (tz)

www.nejlepsibiopotravina.cz

Rozšiřují se plochy ekologického hospodaření

Česká republika patří mezi jedenáct zemí světa s nejvyšším podílem ekologického zemědělství. Ekofarmáři v současnosti obhospodařují 17,5 % veškeré zemědělské půdy. Co do rozlohy půdy v ekologickém režimu se tak v Evropě řadíme na devátou příčku.

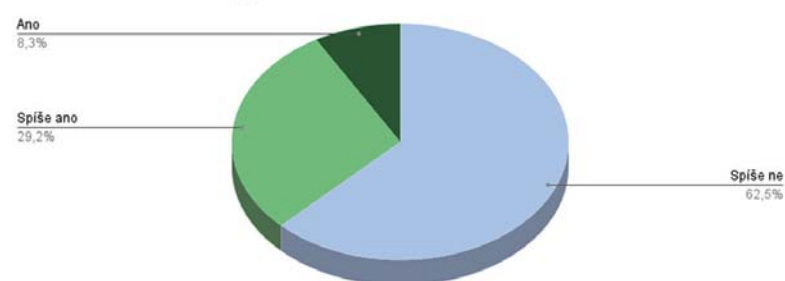
Většinu představují travní porosty v horských a podhorských oblastech. V posledních letech ale dochází k významnému nárůstu orné půdy, která zabírá 20 % půdního fondu v režimu ekologického zemědělství. S rostoucí rozlohou orné půdy v ČR i profesionalizací produkce významně stoupá produkce plodin charakteristických pro ekologické zemědělství, jako jsou špalda, pohanka nebo žito. Srpnový průzkum v rámci projektu Myjsmebio realizovaný prostřednictvím nástroje Insta research přitom ukázal, že téměř polovina Čechů (45 %) nepovažuje nabídku bioobilovin v obchodech za dostatečnou.

Rostoucí potenciál v segmentu bioobilovin vidí také zástupci Svazu ekologických zemědělců PRO-BIO. „Z aktuálního dotazníkového šetření mezi našimi členy vyplynulo, že každý druhý farmář uvažuje o rozšíření portfolia bio-

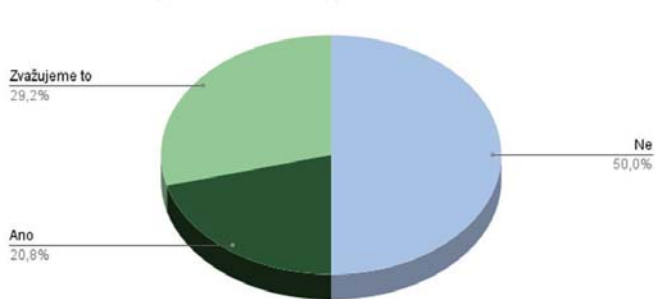
obilovin, zároveň ale jen zhruba pětina uvažuje o finalizaci produktů,“ uvedla manažerka Svazu PRO-BIO Kateřina Urbánková a dále vysvětlila: „Většina farmářů nemá kapacity, kapitál ani patřičné know-how ke spuštění koncové výroby, na trhu tak ale vzniká zajímavá příležitost pro finální výrobce, jako jsou mlýny nebo pekárny. Ty mohou část kapacit vyčlenit pro zpracování bioobilovin a zákazníkům nabízet produkty s vyšší přidanou hodnotou. Přitom proces certifikace není nic, co by zpracovatelé nezvládli a my v tom rádi podáme pomocnou ruku.“

Srpnový průzkum dále ukázal, že mají-li čeští možnost, rádi nakupují v biokvalitě. Z rostlinných produktů nejvíce z nich vyzkoušelo biopohanku a biojáhly. Jak ale upozornila Kateřina Urbánková, jen něco málo přes 30 % oslovených farmářů považuje povědomí veřejnosti o odrūdách bioobilovin za dostatečné. „Pohanku v biokvalitě dnes v kuchyni používá stále více spotřebitelů, pro ekologické zemědělství je ale charakteristická řada dalších plodin, ať už špalda, jáhly, nebo třeba oves. S tím, jak roste obliba domácího pečení, se do popředí derou také biomouky. Určitě je ale potřeba neustále pracovat na osvětě,“ podotkla Kateřina Urbánková. (tz)

Považujete povědomí veřejnosti o plodinách charakteristických pro ekologické zemědělství za dostatečné?



Uvažujete o rozšíření portfolia bio obilovin?



Čeští a francouzští podnikatelé pro konkurenceschopnost Evropy

Hospodářská komora ČR, Francouzsko-česká obchodní komora a Českomoravská konfederace odborových svazů se dohodly na užší spolupráci při podpoře odborného vzdělávání, zejména prostřednictvím soutěží CzechSkills a EuroSkills. Společně se zaměří také na rozvoj vzdělávání zaměstnanců, podporu udržitelného trhu práce a propagaci řemeslných a technických oborů u mladé generace. Zástupci českých a francouzských podnikatelů sladí postup i při prosazování kroků ke zvýšení konkurenceschopnosti českých a evropských firem, včetně snižování neodůvodněné regulatorní a nadměrné byrokratické zátěže v souladu s iniciativou Byrokratický detox.

Hospodářská komora zajišťuje účast reprezentace na prestižním evropském šampionátu odborných dovedností EuroSkills. V loňském roce poprvé uspořádala také národní šampionát pro mladé profesionály CzechSkills. Těmito aktivitami chce Hospodářská komora dlouhodobě zvyšovat prestiž řemesel a technických profesí a přiblížit jejich standardy evropské špičce.

„Na soutěžích jako EuroSkills se mladá generace učí, že v dynamicky se měnícím světě technologií se bez celoživotního vzdělávání a získávání nových kompetencí neobejde. Zároveň mladí pomáhají vrátit technickým a řemeslným oborům prestiž a ukazují je jako perspek-

tivní cestu k profesnímu úspěchu. Zatímco Česko je v rámci tohoto prestižního evropského soutěžního klání poměrně nováčkem, Francie patří dlouhodobě k evropské špičce. Proto jsme rádi za tato silná partnerství,“ řekl prezident Hospodářské komory Zdeněk Zajíček.

Svou vynikající pozici potvrdila Francie na letošním ročníku EuroSkills, který proběhl v první polovině září v dánském Herningu, když v konkurenci čtyřiceti evropských států vybojovala celkem 17 cenných kovů (sedm zlatých, pět stříbrných a pět bronzových). Francouzský vliv přitom hraje mezi mladými českými profesionály významnou roli.

„Veřejnost si to možná ne vždy uvědomuje, ale francouzské firmy představují druhého největšího zahraničního zaměstnavatele u nás. Francouzské investice v ČR tedy vytvářejí podstatnou část pracovních míst – a vliv Francie na český pracovní trh je tím pádem nezanedbatelný,“ upozornil Roland Bourgeois, předseda Francouzsko-české obchodní komory.

Podle předsedy ČMKOS Josefa Středuly odbory dlouhodobě prosazují, aby vzdělávání zaměstnanců a celoživotní učení byly pevnou součástí pracovního života. Formát soutěže navíc odpovídá principům duálního vzdělávání, které odbory dlouhodobě podporují.

„Do zlepšování dovedností účastníků a zajištění podmínek pro jejich přípravu se zapojují samotné firmy podobně jako v duálním systému vzdělávání. Vítáme proto, že se k naší spolu-

práci s Hospodářskou komorou připojil další silný partner, který chce spolupracovat na tom, aby mladá generace vnímala tyto obory jako perspektivní a důležité pro naši společnou prosperitu,“ řekl Josef Středula, předseda ČMKOS, která uzavřela memorandum s Hospodářskou komorou o podpoře soutěže CzechSkills již v loňském roce.

Zástupci českých a francouzských podnikatelů se rovněž dohodli na sladování postupu při prosazování opatření ke zvýšení konkurenceschopnosti, a to především na evropské úrovni. Hospodářská komora v létě prosadila v Evropském hospodářském a sociálním výboru stanovisko, které doporučuje, aby se „tabulky povinností“, princip vycházející z její iniciativy Byrokratický detox, staly povinnou součástí všech nových evropských právních norem.

„Odhadujeme, že až 80 % povinností, které dnes podnikatele zatěžují další byrokracií, vzniká transpozicí evropského práva. Proto musíme naše návrhy na systémové snižování byrokratické a administrativní zátěže prosazovat především v Bruselu a hledat pro to partnery v dalších státech sedmadvacítky. Jsem rád, že jsou zástupci francouzských podnikatelů této diskuzi otevření,“ dodal Zdeněk Zajíček.

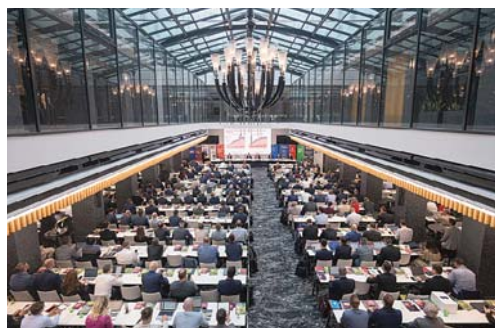
HK ČR a FČOK rovněž diskutovaly o prioritách iniciativy Česko na křižovatce, v jejímž rámci české podnikatelské organizace definují své návrhy strategických investic pro dlouhodobou prosperitu České republiky. (tz)

Udržitelnost

Dekarbonizace zvýšila ceny energií, lze to ale změnit

Evropská energetika se stále více prodrazuje a v nejbližších dvou dekádách hrozí odklon minimálně 25 % evropského průmyslu mimo samotný starý kontinent. V dekarbonizační politice EU se ale začínají realizovat změny směřující k nápravě a opětovnému zvýšení konkurenceschopnosti. Shodli se na tom účastníci největší tuzemské odborové konference Energetika 2025, kterou s podtitulem Jak udělat energetiku konkurenceschopnou? uspořádala 24.–25. září v Brně poradenská společnost EGU.

Odborníci EGU za kroky správným směrem označili například odložení klíčového hlasování o klimatickém cíli EU pro rok 2040, vyšší důraz na efektivitu v rámci dekarbonizace, požadavek na posouzení různých možností reformy systému povolenek EU ETS2, zrychlení přezkumu zákazu prodeje spalovacích motorů nebo racionalizaci využití vodíku. „Nastala také krize připojování OZE nebo se odložil reporting udržitelnosti známý pod zkratkou ESG, to vše ukazuje na racionalizaci dekarbonizace,“ uvedl Mi-



chal Macenauer, ředitel strategie EGU, a dodal: „Dobrou zprávou je také možnost zavedení mezinárodních uhlíkových kreditů, které dovolí dekarbonizovat v zahraničí. To potvrzuje větší důraz Evropy na mezinárodní rozměr a racionální přístup ke snižování podílu emisí skleníkových plynů v EU.“

Pro střednědobé reálné snížení nákladů na dekarbonizaci energetiky je podle EGU třeba zasahovat na několika úrovních. V ideové oblasti považují odborníci za nutné obhájit trh a racionálně zvážit úroveň rizik a potřebu dodatečných investic. Na infrastrukturní úrovni je

třeba navýšit propojení se zahraničím a v oblasti dotací výrazně a vhodným způsobem dotovat infrastrukturní projekty, konkrétně dotovat v pořadí ekonomické výhodnosti co nejefektivnější nízkoemisní zdroje a zároveň poskytnout promyšlené úlevy energeticky intenzivnímu průmyslu.

Na strategické úrovni je hlavním doporučením prosazování nových jaderných zdrojů a vybudování více než jednoho nového bloku. Jádro by mělo být rovněž uznáno nikoli jako dočasné řešení, ale jako řešení udržitelné. Další strategické investice a úsilí by měly směřovat do podpory síťových oborů, do rozvoje energetických sítí i potenciálně výzkumu zpětného ukládání CO₂ potrubní cestou do evropských úložišť.

Česká republika by se měla rovněž přiblížit ostatním zemím v EU v oblasti poskytování úlev průmyslu. Pomoc energeticky intenzivnímu průmyslu může podle analýz EGU ochránit téměř půl miliardy hrubé přidané hodnoty energeticky náročného průmyslu s možným přímým daňovým odvodem až 45 miliard korun ročně, tedy 2,15 % přímých daňových příjmů státního rozpočtu ČR. (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 průměrnosti k mimořádnosti Ed Mylett

Jedno rozhodnutí, jeden telefonát, jedna myšlenka – právě tak málo vás může dělit od zásadní změny. Kniha Od obyčejnosti k mimořádnosti vám ukáže, jak z těchto malých kroků vytvořit obrovský posun. Nespokojte se s průměrností. Buďte mimořádní. K nejlepší podobě svého života jste totiž blíž, než si myslíte. Autor Ed Mylett, uznávaný kouč a podnikatel, sdílí strategie, které už pomohly milionům lidí po celém světě dosáhnout výjimečných výsledků, ať už v businessu, sportu, nebo osobním a rodinném životě.

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, filipjakubskou 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

Managing Directorem Home Portalu Jaroslav Žižka

Společnost Home Portal získala významnou posilu. Jejího vedení se z pozice Managing Director ujal zkušený profesionál v oblasti prodeje prémiových rezidenčních nemovitostí Jaroslav Žižka.

Blahoslav Němeček novým členem představenstva innogy Česká republika

Novým členem představenstva společnosti innogy Česká republika se 6. října 2025 stal Blahoslav Němeček, který má velké zkušenosti z konzultantské sféry. Převezme COO rezort zahrnující Regulatory Affairs, Legal, Procurement, HSE&ESG a Facility&Services.

Generální ředitelkou Stock Plzeň-Božkov Romana Jourden

Generální ředitelkou pro Českou republiku a Slovensko společnosti Stock Spirits, jedničky na českém trhu s lihovinami, byla jmenována Romana Jourden. Ve vedoucí pozici firmy nahradila Rafała Walendzika.

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. Pětiletou spolupráci završuje společnost s platformou Breakfaststory. Celkově přední poskytovatel mobility v letošním roce rozdělí charitativním projektům částku 750 000 Kč. (tz)

Lego naší legislativy

Zdravotní pojišťovna a lázně

Z veřejného zdravotního pojištění je lázeňská léčebně rehabilitační péče hrazena plně (komplexní) nebo částečně (příspěvková). Na oba typy lázeňské péče musí být vystavený návrh na lázeňskou léčebně rehabilitační péči schválen zdravotní pojišťovnou. Podmínky úhrady lázní pro děti a dospělé jsou stejné pro všechny zdravotní pojišťovny.

U komplexní lázeňské léčebně rehabilitační péče jsou zdravotní pojišťovnou hrazeny náklady za vyšetření (vstupní, kontrolní, výstupní), léčebné procedury, ubytování a stravování ve standardní úrovni. Ubytování je vždy poskytováno dle možností a kapacity lázní. Za nadstandard je u tohoto typu lázní považován např. jednolůžkový pokoj a další vybavení pokojů (např. televize, lednice, Wi-Fi atd.).

U příspěvkové lázeňské léčebně rehabilitační péče jsou zdravotní pojišťovnou hrazeny náklady za vyšetření (vstupní, kontrolní, výstupní) a za léčebné procedury. Ostatní výdaje za lázeňský pobyt (ubytování, stravování a dopravu) si platí pojištěnec jako samoplátce.

Dle preferencí pojištěnce může navrhuující ošetřující lékař uvést na návrh lázeňské místo v souladu s indikací (dle onemocnění) a Vyhlaškou č. 2/2015 Sb., o stanovení odborných kritérií a dalších náležitostí pro poskytování lázeňské léčebně rehabilitační péče.

U obou typů lázeňských pobytů jde vždy výhradně o následnou lůžkovou péči, tzn. podmínkou je ubytování v daném lázeňském zařízení. Z tohoto důvodu není možné absolvovat léčebnou péči v lázních a mít zajištěné ubytování mimo lázeňské zdravotnické zařízení (např. v domácím prostředí).

Dopravu pojištěnce do lázeňského zařízení hradí zdravotní pojišťovna u komplexní lázeňské léčebně rehabilitační péče tam i zpět pouze na základě indikace ošetřujícím lékařem. Podmínkou indikace je, že se pojištěnec do lázní nemůže dopravit běžným způsobem bez použití dopravní zdravotní služby (např. přímý překlád do lázní z akutní lůžkové péče – po operaci totální endoprotézy). (tz)

Stavebníkům chybějí lidé i materiál

České stavebnictví čelí velmi náročným výzvám. Chybějí mu kvalifikovaní lidé, brzdí ho byrokratické překážky, a teď navíc docházejí zásoby kamene a dalších kriticky potřebných zdrojů. Spíš než za minutu dvanáct už je po dvanácté, shodli se v debatě o surovinách odborníci i vrcholní politici během zahajovací konference veletrhu For Arch, kterou uspořádal Svaz podnikatelů ve stavebnictví a společnost ABF v Praze v září.



„Pokud stát neotevře nová ložiska a nezačne naplno využívat i recykláty, do deseti let může v České republice chybět až 70 % šterkopísku a 60 % kameniva,“ upozornil vrchní ředitel sekce hospodářství MPO Eduard Muřický.

Místopředseda Poslanecké sněmovny Karel Havlíček byl ve svých odhadech ještě pesimističtější. „Česko patří mezi největší spotřebitele stavebního materiálu. Ročně zpracujeme 151 milionů tun, to je 13,9 tuny na obyvatele. Jestliže do roku 2030 neotevřeme alespoň deset nových ložisek, hrozí nám kritický nedostatek. Výsledkem bude výrazné zdražení a zpomalení staveb,“ varoval. Jak potvrdili ostatní diskutující, s nedostatkem surovin a nárůstem cen se firmy potýkají už nyní. „Coby výrobci betonu tomu čelíme v první linii. Čím dál větším problémem je dostupnost. Prakticky nikde nám nedají tolik, kolik poptáváme. Musíme jednat s více dodavateli a všichni zdražují. To se logicky odráží ve zvýšených nákladech na výsledné stavby,“ uvedl Jakub Šimáček, ředitel společnosti Metrostav TGB.

Podobnou zkušenost potvrdil i generální ředitel společnosti Wienerberger Kamil Jeřábek: „Také narážíme na to, že nám dodavatelé neprodají požadované množství. Nutí nás to tvořit nové receptury. Je to extrémní alchymie, pokud chceme zachovat požadovanou kvalitu.“

Nedostatek primárních surovin může české stavebnictví v dalších letech skutečně ochromit.

„Stavět bude ten, kdo bude mít materiál. A my jsme 30 let neotevřeli nová ložiska. Veškeré zásoby jsme si prostavěli,“ shrnul Karel Švejda, ředitel investičního odboru Generálního ředitelství SŽDC. I on potvrdil, že nyní je nejzazší moment, abychom s tím něco udělali.

Žábami na prameni jsou starostové obcí

Ačkoli téma nedostatku surovin není nové – odborníci na něj upozorňují bezmála deset let – výrazněji se začíná řešit teprve nyní. Situaci však velmi komplikuje tzv. NIMBY efekt (zkratka anglického Not In My Back Yard). Veřejnost sice připouští důležitost otevření nových ložisek, v blízkosti bydliště je však odmítá. Proto zatím nedošlo k dohodě s žádnou ze 47 obcí, kde stát vytipoval lokality vhodné k otevření nových ložisek klíčových surovin.

„Bohužel je to podobná situace jako kdysi s úložištěm radioaktivního odpadu. Současné vládě chybí vůle postavit se odporu. Pokud si však tuto oblast vytyčíme jako strategickou, můžeme ji vyloučit z komplikovaných schvalovacích procesů. Když navíc obcím nabídneme nějaké kompenzace, věřím, že dohoda bude možná,“ prohlásil Karel Havlíček.

Už jen skutečnost, že stát identifikoval bezmála pět desítek nových ložisek šterkopísku a kameniva, zástupci firem vítají. „Oproti dřívějšímu je to rozhodně posun vpřed. Nyní

věřím, že na klíčové dopravní stavby materiál mít budeme,“ řekl Jakub Šimáček. Oboru však v tuto chvíli nechybějí pouze šterk a kamení. Docházejí také suroviny potřebné pro další stavební odvětví, například písek, živec, jíla nebo vápenec. Podle Eduarda Muřického proto bude důležité s otevíráním ložisek nejen začít, ale posléze i pokračovat.

Recyklace pomůže jen omezeně

Zdánlivým východiskem z nedostatku surovin by mohla být recyklace použitých materiálů. Ne vždy to ale funguje. Například k výstavbě železnic a vysokorychlostních tratí recykláty vůbec nelze využít. Limitující je také dostupné množství recyklovaného materiálu.

Samotný proces recyklace je náročný a kapacity současných recyklačních center jsou omezené. Firmám proto nezbyvá než vozit materiály k recyklaci daleko. Tím rostou náklady, a ve výsledku tak recyklát leckdy dosahuje stejných cen jako čerstvě vytěžené suroviny. To naráží na odpor zákazníků.

Nevyužitý potenciál dřeva

Mohlo by stavebnictví spasit dřevo? Podle Karla Havlíčka jeho potenciál zatím využíváme zbytečně málo. V sousedním Rakousku se dřevo používá až ve 40 % pozemní výstavby, u nás je to jen 15 %. Cílem by tedy mělo být navýšení tohoto podílu.

Zásadní posun směrem k dřevostavbám však očekávat nemůžeme. Větší stavby ze dřeva u nás zatím limituje řada norem a ke změnám dochází jen pozvolně.

„Spíš než o nahrazování jednoho materiálu druhým bychom měli uvažovat o vhodných kombinacích. Dřevo a další stavební materiály se můžou doplňovat. Každá stavba má jiný účel, a tomu musí odpovídat i její konstrukce,“ poukázal Kamil Jeřábek.

Riziko seškrtání rozpočtu na dopravní stavby

Nové ohrožení pro stavebnictví přišlo v souvislosti s ohlášenými škrtky v rozpočtu Ministerstva dopravy. Snížení alokovaných prostředků o avizovaných 60 miliard korun by podle odborníků mohlo mít devastující účinky. „Pro náš sektor je ohromně důležitá předvídatelnost. Vzhledem k dlouhodobosti staveb potřebujeme vědět, že projekty, které se rozběhnou, bude možné podle plánu dokončit. V tomto směru je klíčové nedělat tak radikální škrtky, jaké nyní hrozí,“ upozornil generální ředitel společnosti Metrostav Jaroslav Heran.

Prezident Svazu podnikatelů ve stavebnictví Jiří Nouza vnímá tak zásadní snížení rozpočtu jako ránu do vazů. „Není pochyb, že některé rozpracované projekty by to mohlo i zastavit. Především by to ale bránilo uzavírání nových kontraktů. Stavebnictví představuje zhruba 8 % HDP. Střelit takto důležité odvětví do nohy by znamenalo okrádat celou českou ekonomiku.“

Obavy o rozpočet naštětí v závěrečné debatě konference mírně rozptýlil přímo ministr dopravy Martin Kupka, který se nechal slyšet, že jde pouze o prvotní návrh, který se v takto černé podobě určitě nenaplní.

Není to jednoduché... ale krize vypadá jinak

Jakkoli je současná pozice českého stavebnictví složitá, podle Jiřího Nouzy nejde o krizi: „Loni jsme prostavěli zhruba 700 miliard korun, což je dobrý výsledek. Obecně musím za poslední roky vyzdvihnout veřejné financování. Pokud se jeho kontinuita podaří zachovat, udržíme perspektivu celého oboru a zvýšíme ekonomickou sílu celé republiky.“

V podobném duchu se vyjádřil i ministr průmyslu a obchodu Lukáš Vlček: „Je třeba vyhnout se velkým šokům, ty nikomu neprospívají. Klíčovým motorem lineárního růstu by podle mě měly být privátní investice. Musíme rozhybat kapitál, soustředit se na efektivní využívání financí, zjednodušit prostředí a otevírat nová ložiska,“ uzavřel. (tz)

Mladí chtějí žít ve svém, koupí bydlení ale považují za velkou výzvu

Bydlet ve vlastním nechtějí pouhých 3 % mladých Čechů. Pořízení vlastní nemovitosti však většina z nich (62,1 %) vnímá jako značnou výzvu. I proto mají problém osamostatnit se od rodičů. Mladí Češi, podobně jako jejich rodiče, nechtějí bydlet v podnájmech. Vlastní bydlení neplánuje 2,9 % Čechů ve věku 16–29 let, zatímco 12,9 % lidí v této věkové kategorii již nemovitost vlastní. Zbývající část plánuje koupit v budoucnu. Jako snadný úkol však pořízení vlastního bydlení vnímá jen 2,7 % dotázaných. Údaje vypluly z průzkumu, který pro online investiční platformu Portu zpracoval Ipsos.

„Podle dat Eurostatu bydlí ve vlastním 74,7 % Čechů, přičemž tento podíl klesá – v roce 2021 činil ještě 78,3 %. Na Slovensku je podíl majitelů nemovitostí výrazně vyšší, ve vlastním bydlí 93,1 %, což představuje druhý nejvyšší podíl v EU hned po Rumunsku (94,3 %). Na opačném konci žebříčku jsou Rakousko s 54,5 % a Německo s 47,2 %,“ uvedl Marek Pokorný, analytik Portu.

Vysoká preference vlastního bydlení se odráží i v popularitě tzv. mama hotelu, kdy mladí žijí s rodiči nebo od nich dostávají finanční podporu na bydlení. Ve věkové kategorii 16–19 let využívá „mama hotel“ 96,6 % Čechů a 97,6 % Slováků, obdobný je i průměr EU. „Rozdíl se výrazně prohlubují u starších ročníků. V kategorii 25–34 let stále využívá mama hotel 22,8 % Čechů, přičemž častěji muži (29,6 %) než ženy (16,2 %). U slovenských sousedů je to však stále 57,5 %, zatímco průměr EU činí 29,7 %. Osamostatňování se od rodičů probíhá na Slovensku výrazně pomaleji, horší výsledky v tom-

to ukazatelé mají už jen Chorvaté,“ vysvětlil Marek Pokorný. Příčinou je podle něj nízká dostupnost bydlení v kombinaci s touhou vlastnit dům či byt. Bydlení přitom patří v Česku i na Slovensku k nejdražšímu v Evropě. Podle analýzy Deloitte Property Index se v žebříčku sedmi nejdražších míst pro koupi vlastního bydlení nachází hned pět českých a slovenských měst – Praha, Košice, Brno, Banská Bystrica a Bratislava. Právě zde je zapotřebí nejvíce hrubých ročních platů na pořízení standardního bydlení. V Praze je jich třeba 15, v Bratislavě 12,3. „Protože hrubou mzdou na účet nikdo neobdrží, realita je ještě tvrdší. Podle našich výpočtů je například v Praze na nákup průměrného třípokojového bytu zapotřebí přibližně 21–23 čistých ročních pražských mezd. Přitom jde o pražské platy, které jsou v rámci Česka s přehledem nejvyšší. Není proto překvapující, že mama hotel využívá téměř čtvrtina českých třicátníků, když našetřit na vlastní byt trvá roky i s využitím hypotéky,“ upozornil Marek Pokorný.

Více než šest z deseti (62,1 %) mladých Čechů podle průzkumu Portu vnímá koupi vlastního bydlení jako velkou výzvu. Nejvíce to pociťují teenagery ve věku 16–19 let, kde koupi bydlení jako velkou výzvu označilo 71 % respondentů. V kategorii 20–23 let jsou o něco optimističtější a koupi vlastního bydlení považuje za náročnou výzvu 66 % z nich, v kategorii 24–29letých jde o 56 % respondentů.

Podle Eurostatu je se svým životem velmi spokojených 45,6 % Čechů ve věku 16–19 let, zatímco v kategorii 25–34letých klesá tento podíl na pouhých 32 %. „Za tímto poklesem můžeme vidět i to, že postavit se na vlastní nohy je v Česku ekonomicky náročné. A to navzdory tomu, že podle Eurostatu má zaměstnání 79,9 %

mladých ve věku 25–29 let, což převyšuje průměr celé EU. Bez pomoci rodičů se však mladému člověku nemusí podařit opustit rodné hnízdo ani po třicítce,“ komentoval Marek Pokorný.

Průměrný dvoupokojový byt v Praze o velikosti 50–60 m² vyjde zhruba na 7,3 milionu korun, z toho je na hypotéku obecně potřeba našetřit 10 % z ceny nemovitosti, pokud je žadatel méně než 36 let, jinak jde až o 20 % z ceny nemovitosti. Při spoření po dobu deseti let je tedy nutné měsíčně odložit 6000 Kč, resp. 12 000 Kč jen na to, aby si člověk vůbec mohl půjčit. Počítat je nutné i s tím, že ceny nemovitostí stále rostou.

Proto je vhodné začít s úsporami na bydlení co nejdříve a při jejich zhodnocování zvážit investování. „V Portu doporučujeme dětský účet, který zakládá rodič, a po dosažení plnoletosti se automaticky převede na účet pro mladé. Pokud se chce potomek osamostatnit například ve věku 24 let, na sumu 730 000 Kč mu stačí měsíčně odkládat 4000 Kč. Na sumu 1,46 milionu je pak potřeba odkládat přibližně 8000 Kč. To platí při průměrném historickém zhodnocení trhů zhruba o 8,5 % ročně. Je však třeba pamatovat na to, že ceny nemovitostí rostou a investování je vždy spojeno s rizikem,“ upozorňuje Pokorný. (tz)

Koupě vlastního bydlení

Sběr dat proběhl u osob ve věku 16 až 29 let.

