Ročník 28 (8/2026)

www.iprosperita.cz

PROSPERITA®

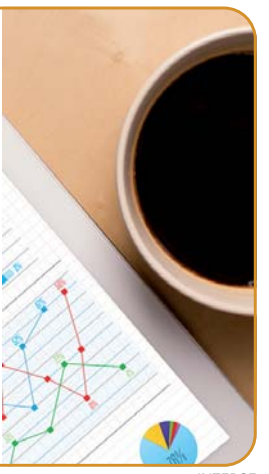
Prosperita? Především! Nic jiného neřeším.

media know®

Internetový marketing, který skutečně prodává

tel.: 606 615 609

www.mediaknow.net



INZERCE

Silné zemědělství znamená silnou zemi

Nutností i módním trendem se stalo zdravé stravování. Každý z nás řeší, jak to udělat, aby měl na talíři hlavně to, co mu prospívá. Aby spořádal hodně zeleniny a ovoce, aby bylo maso a mléčné výrobky pokud možno z českých chovů a české výroby. Důvěra v národní produkci stoupá, lidé více odebírají od farmářů. Ale to nestačí. Je jednoduché mít kde a co koupit, je to samozřejmost. Nic proti tomu. Kdo však poznal podstatu práce zemědělců, rizika, s nimiž musí počítat, energii, již musí do svého oboru vkládat, a také investice, bez nichž se již nedá podnikat, uvědomí si rychle, jak náročné odvětví to je. Hovoří-li se o tom, že jde o víc než strategickou součást naší ekonomiky, je to velká pravda. Tím více bychom na zemědělství měli sázet, tím více bychom ho měli mít v úctě. Pomáhá nám žít. Jíst, zušlechťovat krajinu, posilovat vztah k hodnotám. Jak chápe všechny tyto souvislosti Ing. Jan Doležal, prezident Agrární komory České republiky, o tom jsou následující řádky:



Ing. Jan Doležal, prezident Agrární komory České republiky Foto NAK

Již potřetí v řadě jste stanul v pozici prezidenta Agrární komory ČR. Jakou máte vizi pro obhajování potřeb českých zemědělců?

České zemědělství dnes není v dobré kondici, ale rozhodně to není selhání samotných zemědělců. Problém je spíše v tom, jak se dnes v Evropě na zemědělství nahlíží. Místo strategického odvětví je často vnímáno jako problém pro krajinu nebo klima. Přitom právě zemědělství je základem potravinové bezpečnosti každého státu. Evropa podle mě směřuje k určitému paradoxu. Budeme vyrábět jedny z nejkvalitnějších potravin na světě, ale stále méně lidí si je bude moci dovolit koupit a stále větší část trhu zaplní levnější dovozy ze třetích zemí, které nemusejí splňovat stejné standardy jako evropští producenti. To je krátkodobě možná pohodlné řešení, dlouhodobě ale představuje riziko. Potraviny nejsou běžné zboží. V době krizí nebo geopolitických konfliktů se ukazuje, jak důležité je mít vlastní produkci. Mou prioritou proto bude i nadále prosazovat rovné podmínky pro české zemědělce a hájit jejich konkurenceschopnost. Agrární komora ČR musí být silným partnerem pro vládu i evropské instituce a zároveň hlasem lidí, kteří každý den zajišťují, že máme na stole kvalitní české potraviny.

Celospolečenská prestiž farmářů, pěstitelů zeleniny a ovoce, chovatelů hospodářských zvířat, podnikatelů pečujících o krajinu sice roste, ale pořád je nemáme v takové úctě, jak by si zasloužili. Co s tím?

Musíme mnohem lépe ukazovat veřejnosti, co práce zemědělců skutečně obnáší. Nestačí komunikovat jen prostřednictvím sociálních sítí nebo ve chvílích, kdy se konají protesty. Lidé často vidí jen cenu potravin v obchodě, ale už ne obrovské množství práce, investic a rizik, které za jejich výrobou stojí. Velkou výzvou je také generační obměna. Mladí lidé do zemědělství nepřijdou, pokud nebude ekonomicky stabilní, perspektivní a společensky respektované. Potřebujeme proto vytvářet podmínky, které zemědělcům umožní dlouhodobě podnikat – od spravedlivějšího postavení v potravinovém řetězci až po podporu domácího zpracování a regionální produkce. Stejně důležité je posilovat vztah lidí k českým potravinám už od dětství. Pokud jednou přijdeme o vlastní zemědělství, nebude jednoduché ho znovu vybudovat. Silné zemědělství znamená silnou zemi.

pokračování na straně 4

Obchodníci nebudou muset likvidovat již vyrobené zboží

Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR vítá přijetí společného porozumění, které uzavřely národní orgány pro ochranu spotřebitele členských zemí EU (tzv. CPC Network). Deklarace má napravit chybu ve směrnici o posílení postavení spotřebitelů v rámci zelené transformace (směrnice ECGT). Kvůli ní by muselo být zlikvidováno veškeré ekologicky označené zboží, vyrobené a naskladněné před nabytím účinnosti této směrnice. Díky dohodě bude možné již vyrobené zboží bez problémů doprodat, a nová směrnice tak nenapáchá zbytečné ekonomické ani ekologické škody.

Na problémy této špatně připravené legislativy dlouhodobě upozorňovali výrobci i obchodníci po celé Evropě. Je proto dobře, že celoevropská dohoda kontrolních orgánů zlepší právní jistotu podnikatelů, a zároveň zabrání zbytečnému ničení výrobků, plýtvání i nepřiměřeným nákladům při přechodu na nová pravidla pro environmentální tvrzení a označení udržitelnosti.

Základem dohody je, že při kontrole výrobků nebo obalů uvedených na trh před 27. zářím letošního roku mají dozorové orgány přihlížet k reálným okolnostem jejich výroby i k tomu, jaké kroky podnikatelé podnikli, aby splnili požadavky nové legislativy. Současně zdůrazňuje, že by se mělo předcházet nepřiměřeným opatřením, jako je stahování nebo likvidace výrobků pouze kvůli změnám v označení, pokud by takový postup vedl ke zbytečným ekonomickým nebo environmentálním škodám. „Evropská komise i národní dozorové orgány ukázaly, že evropská pravidla lze prosazovat s rozumem. Smyslem nové legislativy je lépe informovat spotřebitele, nikoliv vytvářet zbytečný odpad, nebo dokonce nutit firmy likvidovat kvalitní výrobky. Přijaté společné porozumění je proto dobrým příkladem pragmatického přístupu, který prospívá spotřebitelům, podnikatelům i životnímu prostředí," řekl Tomáš Prouza, prezident SOCR ČR a viceprezident Hospodářské komory ČR.

Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR a jeho členové oceňují aktivní zapojení českých zástupců do evropských jednání. Ministerstvo průmyslu a obchodu i Česká obchodní inspekce patřily mezi instituce, které spolu s partnery z dalších zemí podporovaly hledání jednotného evropského řešení a jeho včasné prosazení. Díky jejich konstruktivnímu a aktivnímu přístupu vznikl dokument, který pomůže zajistit konzistentní uplatňování pravidel napříč členskými státy.

„Je dobře, že Česko bylo důležitou součástí řešení, které přináší podnikatelům větší právní jistotu a současně naplňuje cíl předpisu, kterým je poskytovat spotřebitelům spolehlivé a ověřitelné informace o environmentálních vlastnostech výrobků. Přesně takto má vypadat spolupráce evropských institucí, národních úřadů a podnikatelské sféry," dodal Tomáš Prouza.

SOCR ČR však upozorňuje, že přijetím společného porozumění práce nekončí. Vedle otázky doprodeje starších zásob nyní firmy potřebují stejně jasná metodická vodítka také k tomu, jak se budou po 27. září letošního roku posuzovat podle nových pravidel jednotlivá environmentální tvrzení. Právě v této oblasti v současnosti na trhu panuje značná nejistota, která komplikuje přípravu firem na novou legislativu. (tz)

Firmy v režimu kritické infrastruktury

Hospodářská komora ČR upozorňuje firmy, aby si ověřily, zda se na ně nevztahují nové povinnosti podle zákona o kritické infrastruktuře. Od 18. července je účinné nařízení vlády, které stanovuje základní služby a kritéria významnosti. Podniky, které některou z těchto služeb poskytují a současně splňují příslušné kritérium, musí státu poskytnout požadované informace.

Nová úprava se může týkat vybraných poskytovatelů v energetice, dopravě, zdravotnictví, vodárenství, digitální infrastruktuře, potravinářství a dalších regulovaných oblastech. Samotné podnikání v některém z uvedených odvětví však automaticky neznamená, že firma spadá do režimu kritické infrastruktury.

„Podnik musí nejprve posoudit, zda poskytuje některou ze základních služeb uvedených v nařízení vlády a zda současně splňuje alespoň jedno příslušné kritérium významnosti. Rozhodovat může například počet zákazníků nebo přípojek, výkon, kapacita zařízení, objem výroby, obrat či podíl na trhu," vysvětlil člen představenstva Hospodářské komory Jakub Rejzek s tím, že tato objemová kritéria stanovuje příloha výše zmíněného nařízení vlády č. 127/2026 Sb. pro jednotlivé regulované obory.

Poskytnuté informace posoudí věcně příslušné ministerstvo, jiný ústřední správní úřad nebo Česká národní banka, tedy gestor daného odvětví. Pokud dospěje k závěru, že poskytovatel splňuje stanovené podmínky, podá Ministerstvu vnitra podnět k jeho zařazení na seznam subjektů kritické infrastruktury.

„Zákon hovoří o povinnosti poskytnout požadované informace bez zbytečného odkladu. Hasičský záchranný sbor ČR však požádal dotčené poskytovatele, aby s podáním vyčkali do 1. srpna, kdy bude poskytování informací na Portálu kritické infrastruktury plně zprovozněno. To ale neznamená, že by firmy měly čekat také s přípravou," uvedla ředitelka Úseku legislativy, práva a analýz Hospodářské komory Lenka Janáková.

Do spuštění portálu by si potenciálně dotčené firmy měly rovněž připravit identifikační údaje, informace o poskytované základní službě a podklady dokládající splnění kritéria významnosti. Po spuštění Portálu kritické infrastruktury mají tyto informace podat bez zbytečného odkladu.

Hospodářská komora zveřejnila pro podnikatele přehled základního postupu, nařízení vlády a metodiku pro poskytovatele základních služeb. Podrobnější informace o nové úpravě a procesu určování subjektů jsou dostupné také v Průvodci zákonem o kritické infrastruktuře HZS ČR. (tz)

Najdete uvnitř listu

Nová platforma Máš to spočítaný? pomůže přemýšlet i lépe hospodařit s financemi 3

Od manažerů, kteří vedou tým, se dnes očekává vysoká míra empatie 7

Úspěch CSG ve Vietnamu: firma Eldis modernizuje řízení letového provozu 8

Kvalita služeb se pozná i ve chvílích, kdy se nikdo nedívá 9

Do pěti let chce JPF Czech řídit tisíc firem, pomůže AI 12

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: brixi@iprosperita.cz

Datum vydání: 11. srpna 2026

PhDr. Eva Brixi-Šimková, šéfredaktorka
mobil: 602 618 008, **e-mail:** brixi@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 inzerentem pro výrobu a otištění inzerce odpovídá inzerent.

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

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

Časopis je v roce 2026 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

Madam BUSINESS PROSPERITA
www.madambusiness.cz

fresh TIME PROSPERITA
www.freshtime.cz

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

Došlo-li ke změně vašich údajů pro zasílání 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 zasílání 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

Důchodci jsou velké téma

Dostali se do módy. Důchodci, kteří chtějí nebo by mohli dál pracovat. Ukázalo se, že bez aktivních seniorů může mít česká ekonomika problém. Vláda se možnostmi jejich přínosu firmám zabývá. Pomalu a obezřetně. Mezi tím může motivace mnohých, zvyklých pracovat, klesat. Když by dostali malou příležitost, povzbudilo by je to, víc by se usmívali. Byli by užiteční a zdravější. Proč nenechat starší generaci dobře si vydělat? Odpustit jí daně, odvody a přestat pohrdat vráskami? To by fungovalo. Radost je nakažlivá.

Eva Brixi

Zaujalo nás

Uzavřené vodní systémy

Studie ukazují, že firmy začínají ve velkém zavádět takzvané uzavřené vodní systémy, které umožňují vodu opakovaně využívat přímo v provozu. Výsledkem jsou výrazné úspory i menší tlak na přírodní zdroje. Rychle se rozšiřují closed-loop řešení, zejména v technologickém sektoru. Firmy díky nim přecházejí od tradičního modelu „odebrat–použít–vypustit" k cirkulárnímu systému, v němž voda zůstává v oběhu.
Typickým příkladem jsou datová centra, která patří mezi největší spotřebitele vody. Nově testované technologie umožňují vodu v chladicích systémech neustále recyklovat, čímž se výrazně snižuje potřeba jejího doplňování z vnějších zdrojů. „Uzavřené vodní systémy minimalizují ztráty a omezují vypouštění odpadní vody na absolutní minimum. Voda se tak z pohledu firem posouvá z levného vstupu na klíčový strategický zdroj, se kterým je nutné aktivně pracovat," řekl Lukáš Rom ze společnosti Kärcher.

Trend recyklace vody se stále častěji objevuje také v hotelových a turistických provozech, kde spotřebu významně ovlivňují sprchy, wellness centra nebo zavlažování okolních ploch. Moderní hotely proto začínají využívat systémy pro sběr a úpravu takzvané šedé vody, která následně slouží například ke splachování toalet. **(tz)**

Mediální partnerství v roce 2026

1. Soutěž Ambasador kvality České republiky
2. Soutěž Marketér roku
3. Konference Kvalita – Quality 2026
4. Klub manažerek
5. Konference Dny kvality 2026
6. Vzdělávací program Manažer kreativity a inovací
7. Konference pořádané Konfederací zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR
8. Insita Praha 2026
9. Druhý ročník mezinárodní Československé konference pracovníků z oblasti zdvihacích zařízení

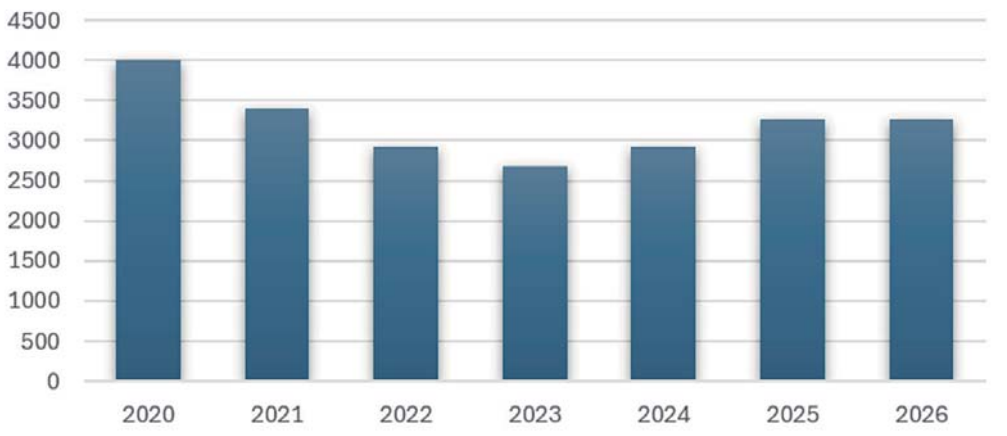
Redakční rada pracuje ve složení:

- **Jan Wiesner,** čestný prezident Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR
- **Ing. Irena Vlčková**
- **Doc. Ing. Rudolf Skuhra, CSc.,** majitel společnosti CONDOR MACHINERY spol. s r.o.
- **Ing. Michal Vaněček, Ph.D., MBA,** zakladatel společnosti 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,** koordinátorka aktivit ESG ROSSMANN, spol. s r.o.
- **David Kubla,** ředitel úseku spolkových činností a propagace České společnosti pro jakost
- **PaeDr. Petr Paksi, DBA,** jednatel a obchodní ředitel JAP FUTURE s.r.o.
- **Tomáš Hudera,** majitel firmy HUDERA A SYN s.r.o.

V prvním pololetí 2026 zbankrotovalo 3260 podnikatelů

Za první pololetí letošního roku soudy v Česku vyhlásily bankrot 3260 fyzických osob podnikatelů, což je stejný počet jako v prvních šesti měsících roku 2025. Počet insolvenčních návrhů se meziročně snížil o 2 % na 3294. Vyplývá to z analýzy, kterou provedla společnost CRIF – Czech Credit Bureau na základě dat portálu www.informaceofirmach.cz.

Počet bankrotů fyzických osob podnikatelů za prvních šest měsíců roku



„Počet bankrotů fyzických osob podnikatelů se během prvního pololetí 2026 drží prakticky na stejné úrovni jako v roce 2025. Pozitivní je, že počet insolvenčních návrhů v prvním pololetí meziročně mírně klesl. To může naznačovat, že by se počet bankrotů podnikatelů, který od roku 2023 rostl, mohl v následujících měsících začít snižovat. Příznivý je také letošní trend, kdy na trh vstupuje výrazně více podnikatelů, než jich činnost ukončuje. Platební morálka podnikatelů při splácení úvěrů se navíc zlepšuje," řekla Věra Kameníčková, analytička společnosti CRIF – Czech Credit Bureau.

Od začátku roku do konce června nejvíce fyzických osob podnikatelů zbankrotovalo v Praze (430). Se 401 bankroty následoval Moravskoslezský a s 328 bankroty Jihomoravský kraj. Nejnižší počet bankrotů vykázaly kraj Vysočina (109), Karlovarský (110) a Zlínský kraj (131).

Za první pololetí letošního roku se počet bankrotů fyzických osob podnikatelů meziročně zvýšil v šesti krajích. Nejvíce vzrostl v Praze, o 19 %. V Libereckém a Plzeňském kraji se jejich počet zvýšil shodně o 18 %. V Ústeckém kraji se počet bankrotů podnikatelů meziročně snížil o pětinu a v Karlovarském kraji jejich počet klesl o 11 %. Ve Středočeském kraji se počet bankrotů podnikatelů meziročně snížil o 8 %. Stejný vývoj byl také v kraji Vysočina.

V České republice připadlo za posledních 12 měsíců 62 bankrotů na 10 000 aktivních fyzických osob podnikatelů. Nejvyšší míru bankrotů vykázal Liberecký kraj se 101 bankroty na 10 000 aktivních podnikatelů. V Karlovarském kraji připadlo 96 bankrotů na 10 000 podnikatelů, v Moravskoslezském kraji jich bylo 87. Nejnižší míra bankrotů byla za posledních 12 měsíců v Praze, kde připadlo 44 bankrotů na 10 000 subjektů. Ve Středočeském kraji a v kraji Vysočina to bylo shodně 48 bankrotů.

Letos od ledna do konce června soudy vyhlásily nejvíce bankrotů fyzických osob podnikatelů ve stavebnictví (756), dále pak v obchodu (498) a zpracovatelském průmyslu (458).

Ve srovnání s prvním pololetím loňského roku se nejvíce zvýšil počet bankrotů v informačních a komunikačních činnostech, a to o 44 %. V zásobování vodou počet bankrotů vzrostl o 42 % a v dopravě a skladování o 23 %. O více než pětinu (o 22 %) se jejich počet snížil v administrativních a podpůrných činnostech. V odvětví nakládání s nemovitostmi klesl počet bankrotů o 15 % a o 12 % se jejich počet snížil v ostatních činnostech. Patří mezi ně služby jako kadeřnictví, kosmetika nebo opravy výrobků pro osobní spotřebu.

Nejvyšší míru bankrotů za posledních 12 měsíců vykázalo odvětví doprava a skladování. Připadlo v něm 90 bankrotů na 10 000 aktivních podnikatelů na trhu. Následovalo stavebnictví s 59 bankroty a odvětví zásobování vodou s 57 bankroty na 10 000 subjektů. Nejnižší míru bankrotů vykázalo odvětví, které se věnuje výrobě a rozvodům elektřiny, plynu a tepla, kde připadly 2 bankroty na 10 000 aktivních podnikatelů. Ve zdravotní a sociální péči to bylo pět bankrotů. **(tz)**

Partneři www.iprosperita.cz

partneři plus: Residence Lípno, KAPKA s.r.o. vzdělání pro každého

partneři: GRAPA, Úřad průmyslového vlastnictví, DAVID KARABEC Ochrana duševního vlastnictví, DTO CZ, s.r.o. Vzdělávání jak má být, AuDePor s.r.o. Dealer Consulting

odborní partneři: AČTO Asociace českého tradičního obchodu, ČSJ Česká společnost pro jakost, KZPS Czechia, AVO, caim, ČMsM

Prosperita vás provází děním v businessu už 28 let!

Nová platforma Máš to spočítaný?
pomůže přemýšlet i lépe hospodařit s financemi

Finanční gramotnost se u nás druhým rokem mírně zlepšuje. Index finanční gramotnosti Čechů, kterou si nechala vypracovat Česká bankovní asociace, letos dosáhl 58 bodů, což je o jeden bod více než loni. Výsledky aktuálního průzkumu ČBA a agentury Ipsos ale zároveň ukazují, že řada lidí si stále nevěří v klíčových finančních rozhodnutích. Největší nejistotu mají Češi v oblasti investování, dlouhodobého finančního plánování a přípravy na penzi. Více než tři pětiny lidí po padesátce nemají jasný finanční plán, jak si v důchodu udržet životní úroveň. Projekt České bankovní asociace Máš to spočítaný? má pomoci lidem připravit se na penzi a odpovědět na otázky kolik naspořit, jaké budou výdaje a co mohou už dnes udělat pro to, aby si důchod mohli v klidu užít. Co všechno nový portál nabízí a jak má motivovat veřejnost k promyšlenějšímu nakládání s penězi, o tom jsem hovořila s Radkem Šalšou, manažerem PR a marketingu České bankovní asociace, který se na zrodu edukační platformy významně podílel:


Radek Šalša, manažer PR a marketingu České bankovní asociace

O důchodovém věku aktivní lidé neradi mluví a pro ty mladší je to tak vzdálená budoucnost, že na ni prostě nemají čas ani chuť myslet. Přesto průzkum České bankovní asociace ukázal, že finanční gramotnost mladší generace mírně roste a že právě její příslušníci si začínají na pozdější období života spořit, začínají investovat, protože v pomoc státu doufají méně než jejich rodiče. I tak si ale se systematickou přípravou na důchod mnoho lidí stále neví rady. ČBA jim chce pomoci novým projektem nazvaným Máš to spočítaný? Jak přesně? Čím?

Projekt Máš to spočítaný? vychází z jednoduchého zjištění: problém často není v tom, že by lidé o důchodu vůbec nepřemýšleli, ale v tom, že ho nemají konkrétně spočítaný. Nevědí, kolik budou v penzi potřebovat, kolik mohou očekávat od státu, kolik jim může chybět a jakou částku by si měli pravidelně odkládat. Právě v tom jim chceme pomoci. Web bude fungovat jako praktický rozcestník, kde si lidé budou moci orientačně spočítat svou situaci, projít si základní témata důchodu, spoření, investování, pojištění i ochrany před finančními podvody a získat srozumitelné návody bez složitého finančního žargonu. Cílem není udělat z lidí finanční experty, ale pomoci jim porozumět vlastním rozhodnutím a začít jednat včas.

Měl by takový způsob edukace a osvěty více jednotlivců motivovat k úvahám o finančním zajištění na poslední etapu života? Popohnat je, aby konečně začali?

Ano, ale nechceme lidi strašit. Chceme je přimět k tomu, aby si položili několik praktických otázek a dostali se od neurčitého „nějak to bude“ ke konkrétním číslům. To je často rozhodující moment. Dokud člověk neví, jaký důchod může očekávat a kolik mu bude měsíčně chybět, téma snadno odkládá. Jakmile ale vidí konkrétní rozdíl mezi očekávaným příjmem a požadovanou životní úrovní, začne nad tím přemýšlet jinak. Navíc platí, že čím později člověk začne, tím více musí měsíčně odkládat. Podle modelového výpočtu ČBA znamená každý rok odkladu zhruba o 400 Kč vyšší měsíční úložku pro stejnou desetitisícovou rentu; pětiletý odklad už znamená navýšení přibližně o 2400 Kč měsíčně.

Ukazuje se, že analýzu toho, kolik kdo bude pro seniorský věk potřebovat, umí udělat málokdo, i ten, který nemá problém s penězi odpovědně pracovat. Co všechno lidem váš projekt nabídne třeba právě k tomu, aby si začali včas odkládat určitou částku?

Začínáme tím nejdůležitějším: člověk si musí udělat základní finanční obrázek. Kolik budu v důchodu potřebovat? Jaký příjem mohu očekávat? Jak velký rozdíl budu muset pokrýt z vlastních úspor? A kolik si na to musím pravidelně odkládat? Na webu proto budou kalkulačky, které lidem pomohou zjistit orientační důchodový horizont, očekávanou finanční mezeru i potřebnou měsíční úložku. Na to navážou články, návody a online akademie, které vysvětlí, jak rozlišovat krátkodobou rezervu od dlouhodobého spoření, jak přemýšlet o investicích, jak se pojistit proti zásadním rizikům a jak chránit své úspory před podvody. Výzkum přitom ukazuje, že taková pomoc je velmi potřebná. U lidí ve věku 50–65 let má konkrétně spočítanou částku, kterou by si měli pravidelně odkládat na požadovanou životní úroveň v důchodu, pouze 6 %.

Jaké zkušenosti máte s podnikatelskou veřejností? Lidé z businessu peníze dokážou vydělat, mít jich relativně hodně, ale pokud jde o důchod, bývají až příliš nad věcí. Neberou v úvahu nejrůznější rizika, která se mohou objevit… Vaše platforma by i jim mohla ledacos důležitého napovědět…

To je velmi důležitý postřeh. U podnikatelů a lidí z businessu často neplatí, že by neuměli s penězi pracovat. Spíše bývá problém v tom, že důchod vnímají jako něco vzdáleného nebo něco, co vyřeší až později. Jenže právě u podnikatelů může být příprava na stáří složitější, protože jejich budoucí příjem často nezávisí jen na státním důchodu, ale také na hodnotě firmy, majetku, investicích, prodeji podílu nebo schopnosti předat podnikání dál. Platforma jim může pomoci tím, že téma důchodu převede do konkrétních otázek: jaké budu mít pravidelné příjmy, jaký majetek je skutečně likvidní, jaká rizika mohou ohrozit mou finanční stabilitu a co se stane, když budu muset aktivní práci ukončit dříve, než plánuji. I člověk, který dnes vydělává dobře, by měl vědět, zda jeho budoucí životní úroveň stojí na plánu, nebo jen na optimistickém předpokladu.

Najde na novém webu inspiraci i člověk, který již důchod pobírá, třeba sedmdesátník, má však i něco naspořeno a rád by třeba půl milionu korun ještě během pěti let nějak zúročil?

Ano, i když projekt primárně míří na lidi, kteří se na důchod teprve připravují, užitečný může být i pro ty, kteří v důchodu již jsou. V takovém případě už nejde jen o budování úspor, ale také o jejich rozumné rozvržení, ochranu a bezpečné nakládání s nimi. U sedmdesátníka s půl milionem korun je klíčové nehonit se za vysokým výnosem za každou cenu. Člověk musí přemýšlet hlavně o bezpečnosti, dostupnosti peněz, inflaci, poplatcích a riziku. Web proto nebude radit jeden konkrétní produkt, ale pomůže lidem pochopit základní rozdíl mezi rezervou, spořením a investováním, a upozorní i na rizika nevhodných nebo příliš slibných nabídek.

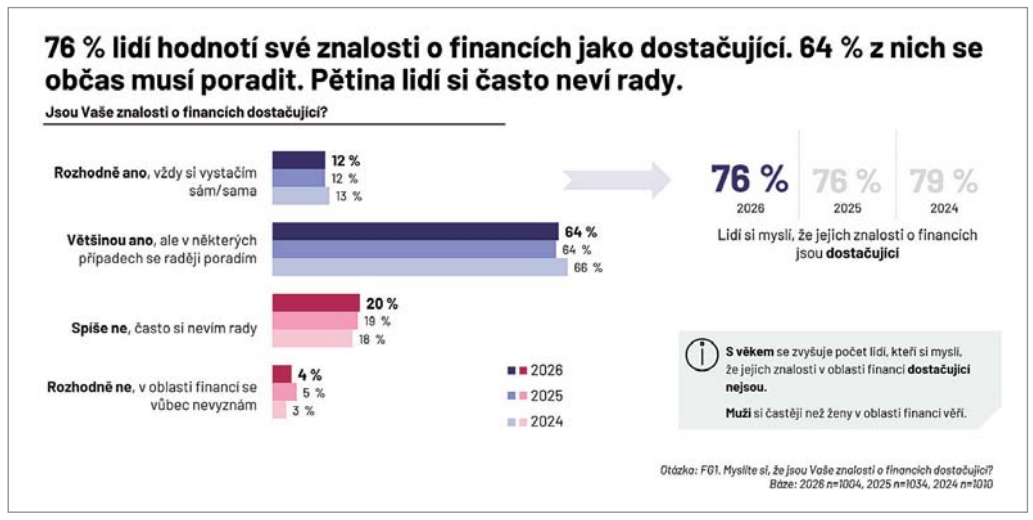
Zaujal mne na tomto webu článek o akciích. Kupovat je zvládá poměrně málo Čechů. Není to škoda?

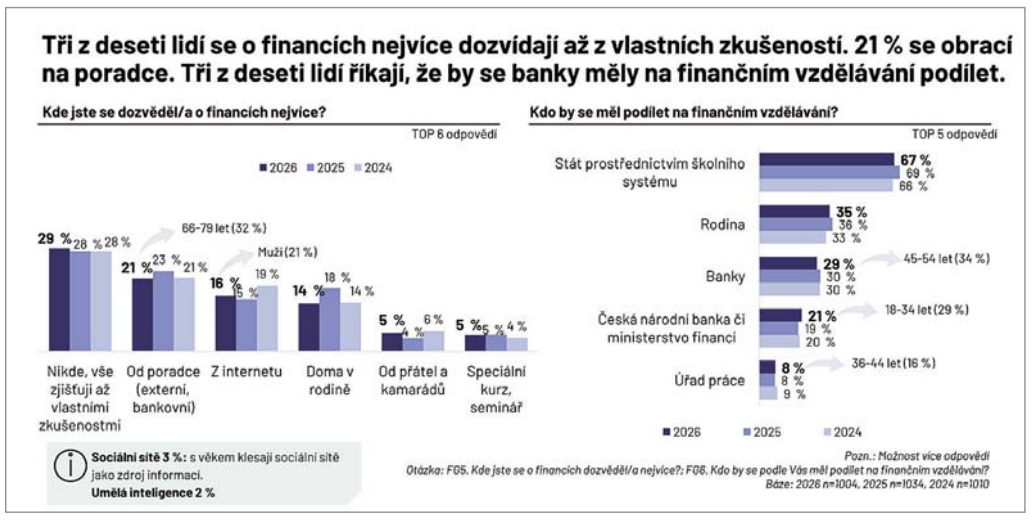
Do určité míry ano, protože akcie a akciová složka mohou mít v dlouhodobém investování své místo. Zvlášť u přípravy na důchod, kde má člověk před sebou delší časový horizont, může být příliš konzervativní přístup nevýhodný. Peníze sice působí bezpečněji, když leží na účtu, ale dlouhodobě mohou ztrácet hodnotu. Zároveň je potřeba říct, že akcie nejsou pro každého a určitě by je člověk neměl kupovat bez základního porozumění riziku. Právě proto chceme na webu vysvětlovat investování jednoduše: jak funguje výnos a riziko, proč je důležitý čas, diverzifikace a pravidelnost a proč není dobré dávat všechny peníze do jednoho nástroje. Výzkum ukazuje, že v investicích se dobře orientuje jen 14 % lidí, takže zde je prostor pro vzdělávání opravdu velký.

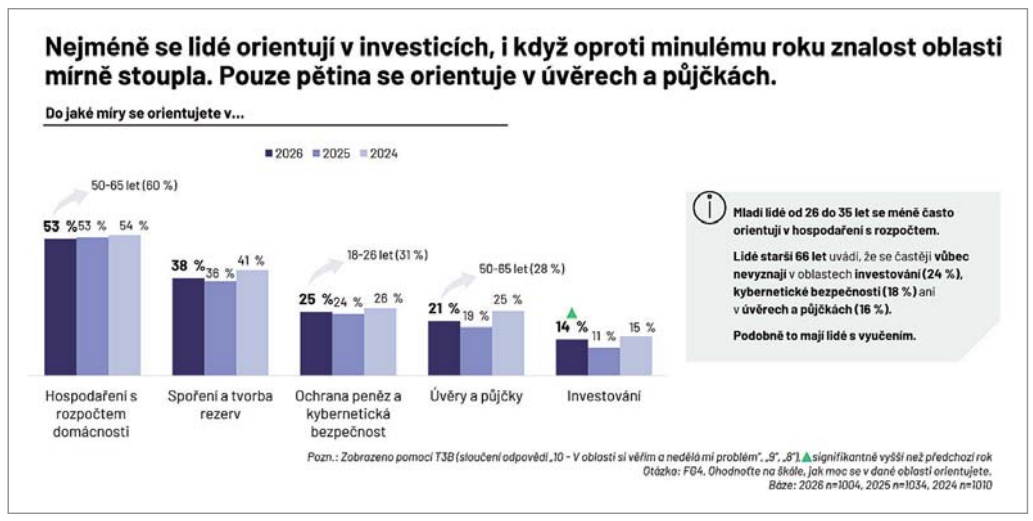
Bude materiálů na stránkách přibývat?

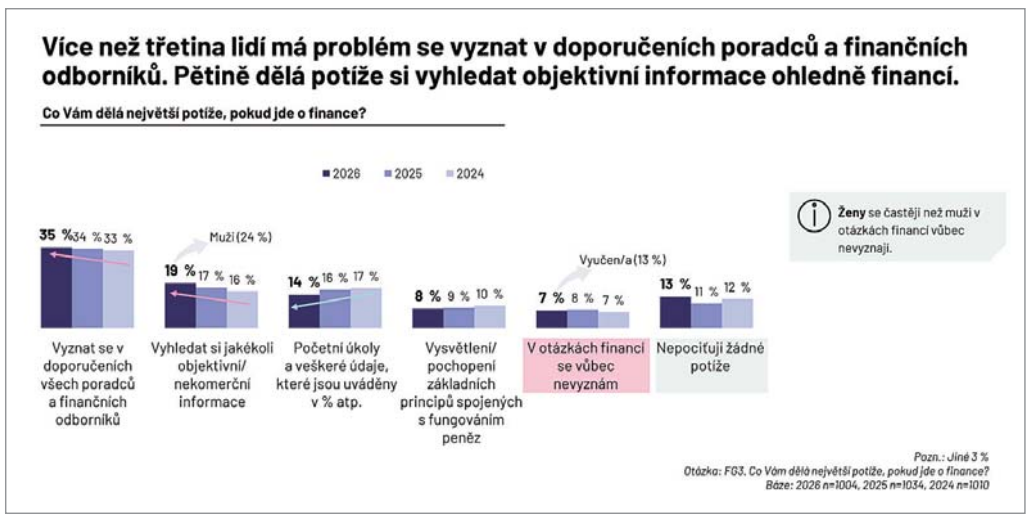
Ano. Web vnímáme jako dlouhodobý projekt, ne jako jednorázovou kampaň. Obsah se bude postupně rozšiřovat podle toho, jaké otázky budou lidé nejčastěji řešit a kde bude potřeba větší osvěta. Vedle kalkulaček budou přibývat články, praktické návody, vzdělávací videa, kvízy a další materiály. Chceme se věnovat nejen samotnému důchodu, ale také spoření, investicím, pojištění, ochraně majetku a obraně před finančními i kybernetickými podvody. To jsou témata, která spolu úzce souvisejí – protože dobrá příprava na stáří není jen o tom něco naspořit, ale také o to nepřijít.

za odpovědi poděkovala Eva Brixi









Přebytek mléka v Evropě

a tlak některých řetězců nutí mlékárny prodávat se ztrátou


foto Pixabay

Máslo pod 20 Kč a litr mléka za 6 Kč. Takto neuvěřitelně dnes leckdy vypadají ceny v obchodech. Kvůli přebytku suroviny v Evropě a tlaku některých obchodních řetězců jsou mlékárny nuceny prodávat vybrané produkty se ztrátou. V červenci se sešli zástupci mlékáren napříč Evropou s eurokomisařem Christophem Hansenem a řešili s ním současný nepříznivý stav. Výrobci se shodli, že dlouhodobě takto podnikat nelze. Zejména menším mlékárnám nyní reálně hrozí zavírání provozů.

Přestože výkupní ceny surového mléka od zemědělců v uplynulých měsících klesly, náklady mlékáren na energie, obaly a lidskou práci zůstávají vysoké, a v některých případech dokonce dál rostou. Výsledkem je značné rozevírání nůžek. Zpracovatelé jsou tak nuceni některé výrobky prodávat se ztrátou, často jen proto, aby se vůbec v obchodech udrželi.

„Žádný podnik na světě nedokáže fungovat tak, že dlouhodobě vyrábí a prodává se ztrátou. To jednoduše matematicky nevychází. Přesně v téhle pasti ale teď mlékárny jsou. Na základních potravinách, jako je mléko nebo máslo, dnes vyloženě prodělávají. Firmy nemohou donekonečna dotovat levné nákupy na úkor vlastní existence," řekla prezidentka Potravinářské komory ČR Dana Večeřová.

Potravinářská komora ČR v této souvislosti považuje za zásadní upozornit, že debata o situaci v zemědělství a potravinářství se nemůže omezovat pouze na prvovýrobu. Pod silným tlakem jsou nyní právě zpracovatelé. Ti totiž nesou náklady na moderní technologie, energie, mzdy, přísné hygienické standardy, kontrolu kvality, celkovou bezpečnost potravin i plnění až absurdních evropských požadavků na obalovou a odpadovou legislativu.

Vážnost situace potvrdilo i nedávné krizové jednání. Zástupci mlékáren a svazů z různých států se sešli s evropským komisařem pro zemědělství Christophem Hansenem a napříč celým sektorem panovala absolutní shoda. Současný stav je dlouhodobě neudržitelný. Zástupci jednotlivých zemí přitom popsali konkrétní dopady krize.

„Zatímco v posledních letech se krize týkala převážně másla, a to zejména v obdobích, kdy se na trh uvolňovaly mrazírenské zásoby, dnes je situace vážná v celém sektoru. Když jsem mluvil s kolegy, všechny mlékárny napříč evropským trhem řeší úplně stejné problémy. Drží nás pod krkem vysoké náklady a prodejní cena je u některých výrobků nedokáže pokrýt. Už nejde o selektivní problém jednoho produktu, ale o ohrožení celého oboru," uvedl předseda Českomoravského svazu mlékárenského Jiří Kopáček, který se rovněž jednání v Bruselu zúčastnil.

Také Německo akcentovalo, že žádný podnik nemůže dlouhodobě fungovat a prodávat své výrobky se ztrátou. Španělsko poukázalo na hluboké ekonomické problémy tamních mlékáren, které pohání neustálý růst vstupních nákladů. Francie během jednání požadovala otevření a revizi směrnice o nekalých obchodních praktikách. Rakousko pak upozornilo na kritickou situaci malých výrobců ve vysokohorských oblastech, kteří logicky nedokážou konkurovat dumpingovým cenám a již nyní dodávají mléko hluboko pod svými výrobními náklady.

Eurokomisař Christophe Hansen dal evropským mlékárnám za pravdu a potvrdil, že není možné, aby podniky dodávaly své výrobky na trh se ztrátou. Dlouhodobá data totiž jasně ukazují deformaci trhu. Největší podíl na konečné ceně pro spotřebitele začíná mít maloobchod, zatímco samotní zemědělci a potravináři ztrácejí. Evropská komise chce proto ještě v letošním roce představit novou směrnici o nekalých obchodních praktikách. **(tz)**

Silné zemědělství znamená silnou zemi

dokončení ze strany 1

Velké problémy nastaly s výkupními cenami mléka, které nyní ohrožují ekonomickou stabilitu producentů i zpracovatelů. Vaše komora se společně se 17 partnerskými zemědělskými organizacemi z 10 členských států Evropské unie obrátila na předsedkyni Evropské komise Ursulu von der Leyenovou a žádá okamžitá mimořádná opatření na podporu evropského mléčného sektoru. Dá se předpokládat, jak to dopadne?

Situace je opravdu velmi vážná. Výkupní ceny mléka pokračovaly v poklesu i v červnu a podle údajů Evropské komise jsou přibližně o 8 % nižší než průměr Evropské unie. Jen za několik posledních měsíců připravil propad cen české zemědělce přibližně o miliardu korun. Proto jednáme jak s českou vládou, tak s Evropskou komisí. Požadujeme maximální využití evropské krizové rezervy, včetně nejvyšší možné míry národního spolufinancování. Současně jsme společně se zemědělskými organizacemi z deseti států střední a východní Evropy vyzvali Evropskou komisi k mimořádným opatřením. Je pravda, že Evropská komise zatím další podporu nechystá, což nás zklamalo. Pokud se situace nebude řešit a bude se dále zhoršovat, nevylučujeme ani další protestní akce. Naším cílem ale není protestovat. Naším cílem je najít řešení, které zabrání likvidaci české mléčné výroby.


foto Zuzana Schneidewind

Výkupní cena mléka je dnes pod náklady na výrobu. Pokud by se situace nezměnila, budou z toho svým způsobem profitovat spotřebitelé, ale dlouhodobě je to asi už neudržitelné...

Přesně tak. Pokud budou farmáři dlouhodobě prodávat pod výrobními náklady, začnou omezovat nebo úplně rušit chovy. To není problém jen pro mléčný sektor. Živočišná výroba je úzce propojena s rostlinnou výrobou. Chlévská mrva a další organická hnojiva jsou nenahraditelná pro udržení úrodnosti půdy a její schopnosti zadržovat vodu. Jakmile se jednou stáda zruší, jejich obnova trvá řadu let, a někdy už ani není možná nebo k ní nebude vůle. Proto je potřeba dívat se na současnou situaci v širších souvislostech.

Jaké východisko AK ČR navrhuje?

V první řadě je potřeba zemědělcům pomoci překlenout současné krizové období. Proto prosazujeme využití evropské krizové rezervy, odpovídající národní spolufinancování i navýšení rozpočtu Ministerstva zemědělství tak, aby bylo možné podpořit nejcitlivější sektory, zejména chov skotu a prasat. Stejně důležité je ale řešit příčiny současného stavu. Nestačí hasit následky. Potřebujeme dlouhodobě spravedlivější podmínky na evropském trhu a rovné konkurenční prostředí.

Když byste zhodnotil kvalitu českého mléka, o čem byste hovořil především?

České mléko patří ke špičce v Evropě. Naši chovatelé dosahují velmi vysoké užitkovosti dojnic, současně dlouhodobě investují do zlepšování welfare zvířat a modernizace stájí. Vazné ustájení je u nás dnes už spíše výjimkou. O kvalitě českého chovu svědčí i zájem zahraničních partnerů o český genetický materiál a mléčné produkty. Máme vynikající odborníky i moderní technologie. O to více bychom měli usilovat o to, aby toto odvětví mělo ekonomické podmínky, které mu umožní dále se rozvíjet.



Ono se to propisuje i do trhu práce, potravinové bezpečnosti, života na venkově, zmiňované konkurenceschopnosti, a je to tedy problém nejen odvětvový, ale v daleko větším rozměru. Chápou to úředníci z Bruselu, chápe to naše vláda?

Myslím, že si stále více lidí uvědomuje, že zemědělství není jen jedno hospodářské odvětví. Má zásadní vliv na zaměstnanost, péči o krajinu, život na venkově i potravinovou bezpečnost. S českou vládou máme korektní pracovní vztahy a s ministrem zemědělství pravidelně jednáme. Řadu problémů si uvědomuje, otázkou samozřejmě zůstává, jaké možnosti má při rozhodování celé vlády. Na evropské úrovni je situace složitější. Zemědělské státy v čele s Francií mají silný hlas a společně prostřednictvím Copa-Cogeca a dalších organizací uskupení prosazujeme naše zájmy. Přesto vidíme například při debatách o reformě Společné zemědělské politiky po roce 2027, že se ne vždy podaří uplatnit řešení, která by evropské zemědělství posílila. Právě s podobou navržené reformy zásadně nesouhlasíme.

Musíme mnohem lépe ukazovat veřejnosti, co práce zemědělců skutečně obnáší. Nestačí komunikovat jen prostřednictvím sociálních sítí nebo ve chvílích, kdy se konají protesty. Lidé často vidí jen cenu potravin v obchodě, ale už ne obrovské množství práce, investic a rizik, které za jejich výrobou stojí.

Říká se, že vše souvisí se vším. Právě řešíme následky velkého sucha a vysokých teplot, výsledkem budou nižší výnosy obilí, utrpěla zelenina, ovoce, krajina špatně zadržuje vodu. Zemědělci vědí, jak to zlepšit, a mnozí se řídí osvědčenými praktikami svých předků. Své pozemky hnojí organickým materiálem, protože takto ošetřená půda vláhu udrží. Mohl by to být jeden z podpůrných argumentů pro následná jednání?

Určitě ano. Čím dál více se ukazuje, že kvalitní půda je jedním z nejcennějších přírodních zdrojů, které máme. Organická hmota z živočišné výroby pomáhá zlepšovat její strukturu i schopnost zadržovat vodu, což je v době častějších období sucha mimořádně důležité. Na druhou stranu tento samotný argument stačit nebude. Musíme politikům připomínat všechny souvislosti – od potravinové bezpečnosti přes péči o krajinu až po ekonomiku venkova.

Tržní hospodářství není jen o číslech, ale není také jen o zdravém rozumu. Myslíte si, že se nedá najít model, který by nasměroval obě strany procesu, tedy chovatele a zpracovatele k nějakému kompromisu, z něhož by měli všichni nakonec užitek?

Chovatelé i zpracovatelé jsou na sobě existenčně závislí, takže jejich zájmy jsou ve skutečnosti mnohem bližší, než se může zdát. Největší tlak často přichází od velkých obchodních řetězců, které logicky usilují o co nejnižší nákupní ceny a neváhají využívat levnější dovozy, včetně produkce ze třetích zemí. Právě proto je důležité posilovat postavení zemědělců i zpracovatelů v dodavatelském řetězci a zajistit rovné podmínky pro všechny účastníky trhu.

za odpovědi poděkovala Eva Brixi

Větší transparentnost a jednodušší procesy

pro důvěru v online prostředí

Kdo chce se zákazníky vyjít a usiluje o jejich trvalou náklonnost, musí pro tuto širokou spotřebitelskou obec také něco udělat. Přemýšlet, jak ještě lépe vyjít vstříc, komunikovat srozumitelně a jednoduše, nebrat kupujícím čas, který mohou využít jinak. Číst jejich myšlenky, předvídat a přinášet nadčasové produkty a služby. A také vnímat, co je potěší, co jim zjednoduší jejich roli. Má k tomu přispět novinka pro evropské e-shopy, kterou měly začít uplatňovat i ty české původně od 19. června. Tlačítko na odstoupení od smlouvy. Cílem je zjednodušit a zrychlit linku mezi zákazníkem a obchodníkem při vracení zboží. Najdeme ji ale už? Zatím jen na některých e-shopech, protože legislativa nestihla vše nachystat, takže povinnost to vlastně ještě není. Přinese obchodu další zkušenost, která se hodí, anebo jen přivodí stres a náklady? Je to skutečně příspěvek k vyšší prozákaznické orientaci? Ukáže to čas. Společně s námi se nad tématem zamýšlí Nemika Menevse, generální ředitelka společnosti Twisto:

Twisto je proslulé prozákaznickým přístupem ve službách, jež lidem nabízí. V čem je princip? A nejste až příliš vstřícní?

Pro mě prozákaznický přístup nikdy neznamená říkat ano za každou cenu. Znamená to opravdu rozumět tomu, co lidé potřebují a vytvářet služby, které jsou jednoduché, transparentní a uživatelsky přívětivé. Jako zákaznice sama vím, že pohodlí je důležité. Zároveň ale musí jít ruku v ruce se zodpovědností. Právě tato kombinace podle mě vytváří dlouhodobou důvěru.

Silní jste v nabídce odložených plateb. Využívají je lidé stále více? V jakých případech?

Ano, vidíme rostoucí zájem, ale ještě důležitější je, že se mění potřeby zákazníků. Právě proto nabízíme různé typy odložených plateb. Od platby do 30 dnů přes rozložení do tří splátek až po dlouhodobější splátkové financování. Každý zákazník má jinou situaci a jiný důvod, proč tuto službu využívá. Někdo si chce zboží nejprve v klidu převzít a vyzkoušet, než za něj zaplatí, jiný si díky splátkám lépe rozloží výdaje u větších nákupů. Odložené platby už dnes nejsou primárně o tom, že lidem chybějí peníze. Stávají se nástrojem pro lepší správu osobních financí, který zákazníkům přináší větší flexibilitu, kontrolu nad rozpočtem i pohodlnější nakupování. Nejčastěji je využívají při nákupu elektroniky, vybavení domácnosti nebo módy. Podle našich dat dnes odložené platby využívá přibližně 400 000 Čechů, tedy zhruba 6 % populace, a jejich význam v každodenním placení dál roste.

Dříve se takto hradila zejména elektronika, dnes tedy i kosmetika, parfémy, móda. O čem to vypovídá? Jak se vyvíjí zákaznické chování?

Je to podle mě jasný signál, že se odložené platby staly běžnou součástí nakupování. Už nejde jen o elektroniku nebo dražší vybavení domácnosti. Typickým příkladem je móda, kdy si lidé objednají více velikostí nebo variant, zboží si doma v klidu vyzkoušejí a zaplatí až za to, co si skutečně nechají. Stejný princip ale funguje napříč celým e-commerce. Zákazníci chtějí mít možnost produkt nejprve převzít, ověřit si, že splňuje jejich očekávání, a teprve potom zaplatit. Je to další důkaz toho, že chtějí mít větší kontrolu nad tím, jak nakládají se svými penězi, a větší flexibilitu při rozhodování o nákupech.

Od 19. června se v celé Evropské unii změnilo online nakupování. E-shopy, aplikace a další digitální rozhraní musí mít tlačítko, program, jehož prostřednictvím může spotřebitel jednoduchým způsobem odstoupit od smlouvy, a to i v případě, že již zaplatil. Jaké jsou zatím zkušenosti? Začali již tento způsob zákazníci využívat?

Ještě je brzy hodnotit, jak rychle si zákazníci tuto možnost osvojí, ale vnímáme ji jako pozitivní krok. Spotřebitelé dnes očekávají, že digitální služby budou jednoduché od začátku až do konce. Pokud lze něco koupit během několika kliknutí, nemělo by být zbytečně složité ani vrácení zboží nebo odstoupení od smlouvy. Větší transparentnost a jednodušší procesy jsou přínosem nejen pro zákazníky, ale i pro firmy, protože posilují důvěru v online prostředí.



Nemika Menevse, generální ředitelka společnosti Twisto foto Marián Uhrín

A bude tato možnost platit i v případě, že jim zboží dorazilo domů nebo do firmy?

Ano. Smyslem této změny je právě umožnit zákazníkům vyřešit celý proces jednoduše online i v situaci, kdy už nákup dokončili nebo za něj zaplatili. Nemělo by fungovat tak, že objednat produkt je otázkou několika sekund, ale případné řešení po nákupu je složité a zdlouhavé. Digitální zkušenost by měla být stejně jednoduchá před nákupem i po něm.

Obchodníci novinkou nejsou nadšeni. Zavést ji dá přece jen trochu práce, a nejen programátorům. Změní se časem jejich názor?

Je to pochopitelné. Každá regulatorní změna znamená pro firmy určitou investici i úsilí spojené s přizpůsobením procesů. Z dlouhodobého pohledu ale firmy obvykle ocení její přínosy. Transparentní a jednoduchá zákaznická zkušenost posiluje důvěru, snižuje zbytečné překážky v komunikaci se zákazníkem a ve výsledku přispívá k vyšší loajalitě. Právě důvěra a snadné používání budou podle mě stále důležitějšími faktory při rozhodování zákazníků.

Začátkem července jsem prozkoumala několik velkých českých e-shopů, ale téměř nikde jsem kouzelné tlačítko nenašla.

Implementace takových změn není vždy okamžitá. Každá firma má jiné technologické prostředí, systémy a nastavené procesy. Samotné tlačítko není to nejdůležitější. Podstatné je, aby zákazník skutečně měl jednoduchou a jasnou cestu, jak svou situaci vyřešit.

V čem tato novinka posunula vás, v čem potvrdila vaši strategii?

Pro nás to není změna směru, ale potvrzení, že jdeme správnou cestou. Od začátku věříme, že finanční služby mají být jednoduché, transparentní a postavené na skutečných potřebách zákazníků. Důvěra je ve finančních službách tím nejcennějším aktivem, a regulace, která podporuje větší transparentnost, může tuto důvěru dále posilovat.

za odpovědi poděkovala Eva Brixi

EU zavedla nové clo, skutečný problém ale dál zůstává bez řešení

Od 1. července 2026 začalo v Evropské unii platit nové clo na zásilky z platforem jako Temu, Shein nebo AliExpress. Evropská unie tím po letech debat ruší bezcelní výjimku do 150 eur a zavádí paušální clo tři eura za každou kategorii zboží v zásilce. Je to správný krok, ale zároveň extrémně opožděný.



Evropa totiž dlouhé roky pouze přihlížela tomu, jak zahraniční marketplace platformy získávají obrovskou výhodu oproti domácím obchodníkům a výrobcům. Zatímco evropské firmy musí plnit přísná pravidla, odvádět daně, řešit ekologické povinnosti, reklamace, bezpečnost výrobků nebo ochranu zákazníka, část zahraničních hráčů funguje v praxi v úplně jiném režimu.

Výsledek je vidět napříč evropskou e-commerce. Mnoho menších e-shopů i výrobců nedokázalo dlouhodobě konkurovat extrémně levnému dovozu z Číny, který byl postavený právě na nerovných podmínkách. Problém navíc zdaleka nekončí u čínských platforem. Problematické zboží se dnes objevuje i na některých velkých marketplace platformách působících přímo v Evropě, například Allegro nebo Kaufland.

Marketplace model obecně výrazně komplikuje kontrolu nad tím, kdo za konkrétní výrobek skutečně odpovídá. Na podobných platformách se běžně objevují produkty s nejasným původem, problematickou certifikací nebo neúplnými informacemi o prodejci. Reálná kontrola zboží je přitom stále velmi slabá.

Evropská pravidla existují jen na papíře

Největší problém dnes nespočívá v absenci legislativy, ale v jejím minimálním vymáhání. Evropská pravidla pro DPH, recyklační poplatky, ekologické povinnosti nebo bezpečnost výrobků existují už roky. Jenže zatímco domácí firmy kontroly běžně podstupují a pravidla dodržují, zahraniční marketplace platformy si z evropské legislativy často dělají jen formalitu.

Velkým tématem zůstává obcházení DPH, neplacení poplatků za odpady nebo systematické neplacení recyklačních příspěvků. Právě tady vzniká obrovská cenová nerovnost, která deformuje celý evropský trh. Domácí firmy totiž všechny tyto náklady musí promítat do cen, zatímco část zahraniční konkurence podobné povinnosti efektivně obchází.

Nebezpečné výrobky dál proudí do Evropy

Velmi problematická zůstává také bezpečnost výrobků. Podle mnoha nezávislých testů velká část produktů prodávaných přes zahraniční marketplace platformy nesplňuje platnou legislativu v Česku ani Evropské unii. Týká se to zejména elektroniky, dětských hraček, šperků, kosmetiky nebo oblečení.

Nejde přitom jen o nízkou kvalitu. Často se objevují výrobky potenciálně ohrožující zdraví spotřebitelů, necertifikovaná elektronika nebo produkty obsahující zakázané látky. Vedle toho marketplace platformy dlouhodobě zaplavují Evropu také padělky známých značek.

Evropa podceňuje i bezpečnostní rizika

Debata kolem Temu, Sheinu nebo AliExpressu už dávno není jen o levném zboží. Stále větší pozornost získává také oblast datové a kybernetické bezpečnosti. Český Národní úřad pro kybernetickou a informační bezpečnost se zabývá platformou Temu a podobná varování zaznívají i v dalších zemích.

Bezpečnostní instituce upozorňují na rozsah sběru dat, fungování aplikací i širší bezpečnostní rizika spojená s masovým využíváním těchto služeb. Přesto Evropa i v této oblasti reaguje pomalu a stále působí dojmem, že rozsah problému podceňuje.

Poloviční reforma problém nevyřeší

Od listopadu 2026 by měl přijít další krok v podobě manipulačního poplatku 2–5 eur za zásilku, který by měla platit přímo platforma nebo e-shop. Ani to ale nebude stačit, pokud nedojde k výrazně důslednějším kontrolám a skutečnému vymáhání pravidel.

Největší chybou by nyní bylo spokojit se s několika dílčími opatřeními. Marketplace platformy dlouhodobě ukazují, že dokážou velmi rychle hledat nové způsoby, jak regulace obejít. Pokud Evropa nepřitvrdí, současný problém nezmizí.

Ve hře je budoucnost e-commerce

Dnes už nejde jen o konkurenční boj mezi jednotlivými e-shopy. Ve hře je budoucnost českých a evropských výrobců, lokálních značek i samotného fungování evropského trhu. Pokud budou domácí firmy dál soutěžit s konkurencí, která často funguje mimo pravidla, tlak na evropské podnikatele bude dál sílit. Podpora místních výrobců a evropských obchodníků tak přestává být jen otázkou patriotizmu. Stále více se stává otázkou ekonomického přežití evropské e-commerce.

Ruslan Skopal,
spolumajitel E-shop Booster a společnosti Premium Barefoot, která provozuje například obchod naBOSo.cz



V prvním pololetí přibylo v síti PRE Point

32 veřejných dobíjecích stanic

Počet veřejných dobíjecích stanic v síti PRE Point narostl na 928. Celkově pak poskytují 1468 dobíjecích bodů. Pražská energetika z tohoto počtu provozuje 114 stanic třetích stran, které jsou zahrnuty v síti PRE Point. Více než 74 % dobíjecích bodů je provozováno na území hlavního města Prahy. Jde tak o druhou největší dobíjecí síť v Česku. PRE hlásí nárůst ve všech sledovaných ukazatelích.





„Stále evidujeme zvýšený zájem o elektromobily, který dáváme do souvislosti s vysokými cenami fosilních paliv. Zároveň pokračuje trend obměny velkých firemních flotil a jejich přechod k čistě bateriovým modelům. Čím dál více lidí tak získává vlastní pozitivní zkušenosti s provozem elektromobilů, což se pozitivně promítá jak ve využití dostupnější sítě veřejných dobíjecích stanic, tak i rostoucím počtem zákazníků a vyšší spotřebou elektrické energie," řekl Libor Hladík, vedoucí sekce Emobilita v Pražské energetice. Spotřeba v síti PRE Point dosáhla za šest měsíců letošního roku necelých 6,98 GWh, a meziročně tak vzrostla o 42,1 %. Počet unikátních zákazníků se zvýšil o 104 % a počet jednotlivých transakcí o 37,1 %, vše oproti loňskému prvnímu pololetí. Stoupá i poptávka a počet realizací firemního a domácího dobíjení.

Pražská energetika i nadále pokračuje v rozšiřování své veřejné dobíjecí sítě na nové lokality. Za letošní první pololetí přibylo 32 nových dobíjecích stanic. Dnes síť PRE Point zahrnuje celkem 928 dobíjecích stanic s 1468 dobíjecími body; 705 stanic je pomalých AC, vhodných zejména pro noční dobíjení, 176 stanic je s výkonem do 149 kW a 47 stanic je ultrarychlých s výkonem mezi 150 a 400 kW. Všechny veřejné dobíjecí stanice PRE Point využívají certifikovanou bezemisní elektřinu.

Zájem o bateriová auta potvrzuje i Lukáš Kadula z Centra dopravního výzkumu: „V současné době je v ČR registrováno přes 73 000 čistě elektrických osobních aut. Postupně ale přibývají i lehká užitková vozidla, kterých dnes po českých silnicích jezdí necelých 5000. Včetně elektrických autobusů a bateriových nákladních aut se tak blížíme hranici 78 500 vozů." Podle dat CDV mají k dispozici necelých 6400 veřejných dobíjecích bodů v České republice.

Nejvíce zákazníci dobíjeli v síti PRE Point na ultrarychlých stanicích, kde průměrná spotřeba na jednu transakci dosáhla 29,4 kWh. U DC stanic to bylo 23,6 kWh a u AC 15,8 kWh. Mezi nejvytíženější lokality z pohledu spotřeby patřily například Vločka Power Pankrác (187 MWh), dobíjecí HUB Novovysočanská (136 MWh) a Hornbach Velká Chuchle (109 MWh). Opět se meziročně zvýšilo i využití dobíjecích stanic. Utilizace podle výkonu dobíjecích stanic se v prvním pololetí zvedla na 4,61 %, což znamená meziroční nárůst o 26 %. Časová utilizace pak narostla na 8,56 %, vloni to bylo jen 6,82 %, což znamená meziroční nárůst o 25,5 %. **(tz)**

E.ON zprovoznil v Jindřichově Hradci novou kogenerační jednotku

Společnost E.ON Energy Solutions, která se v rámci skupiny E.ON specializuje na energetická řešení pro B2B a B2M zákazníky, pokračuje v rozvoji dlouhodobé spolupráce se společností Teplospol. V Jindřichově Hradci zprovoznila nový zdroj tepla a elektrické energie, tzv. kogenerační jednotku. Projekt je navržený jako komplexní řešení na míru, které kombinuje efektivní výrobu tepla i elektřiny a přináší zákazníkovi dlouhodobé úspory i větší provozní stabilitu.



Kogenerační jednotku si objednala společnost Teplospol. Největším odběratelem tepla z ní jsou domácnosti na přilehlém sídlišti U Nádraží

„Největší hodnotu nepřináší samotná technologie, ale způsob, jakým je navržena, financována a provozována. Zákazník získává dlouhodobě funkční energetické řešení bez nutnosti vlastní investice i bez provozních rizik. Přesně takový model chceme našim zákazníkům přinášet," řekla Lenka Vaněk, vedoucí divize E.ON Energy Infrastructure Solutions pro Českou republiku.

Kogenerační jednotka má instalovaný elektrický výkon 999 kWe a tepelný výkon 1180 kWt. Ročně je schopná vyrobit přibližně 3300 MWh elektřiny a současně pokrývat významnou část potřeby tepla pro lokální odběratele. Největším odběratelem tepla jsou domácnosti na přilehlém sídlišti U Nádraží. Kromě nich je teplo dodáváno i do budovy nově zřízené polikliniky a dále do prodejny potravin a do restaurace. E.ON projekt realizoval formou takzvaného energy contractingu, kdy je dodavatelem, investorem i provozovatelem technologie a zajišťuje její dlouhodobý chod přímo v kotelně zákazníka. Teplospol tak nemusel řešit vstupní investici ani technologická a provozní rizika. Cílem spolupráce je dlouhodobý kontrakt, který vedle cenové stability přináší i jistotu dodávek a optimalizovaný provoz celého tepelného hospodářství. Zákazník díky projektu profituje nejen z vyšší účinnosti výroby tepelné energie, ale i z celkového zjednodušení provozu a modernizace energetického zázemí. Kromě úspor na straně výroby tepla získává i další benefity jako přenesení provozních rizik na dodavatele a využití know-how E.ON pro optimalizaci provozu.

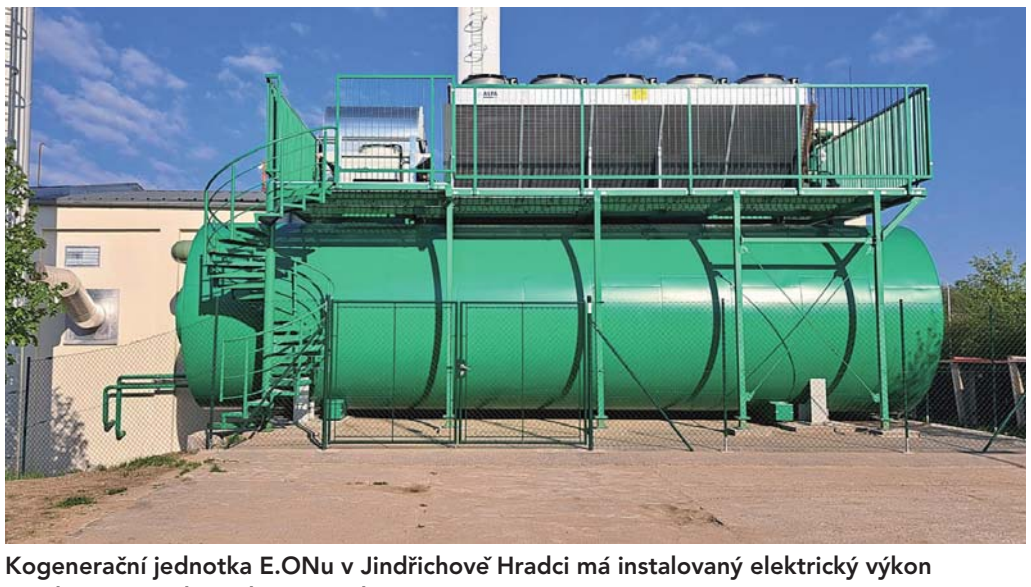
Projekt v Jindřichově Hradci není ojedinělý. Spolupráce mezi E.ON a Teplospolem má dlouhodobý charakter a podobná řešení fungují i v dalších jihočeských městech. Celkem jde už o čtyři kogenerační jednotky, které E.ON pro Teplospol provozuje. Vedle té nejnovější jsou to pak ještě jednotky v Dačicích, Nové Bystřici nebo v Chlumu u Třeboně. Ta nejstarší v Dačicích byla uvedena do provozu už v roce 2016, má elektrický výkon 800 kWe a ročně vyrobí 2500 MWh elektřiny a 10 500 GJ tepla. Kogenerační jednotky zajišťují efektivní výrobu energie pro místní tepelné hospodářství.

Tyto projekty potvrzují, že kombinovaná výroba elektřiny a tepla je vhodným řešením zejména pro systémy centrálního zásobování teplem nebo pro zákazníky s celoroční odběrem tepla.

„Ke spolupráci s E.ONem v Jindřichově Hradci jsme přistoupili po zkušenostech z předchozích instalací v Dačicích, Chlumu u Třeboně a Nové Bystřici. Zvolený model nám přinesl provozní i ekonomické benefity. Nebyli jsme zatíženi vysokou investicí do takto sofistikovaného zdroje a nemusíme se starat o jeho řízení provozu, ovlivněného řadou faktorů na energetických trzích," doplnil Štěpán Srnka, manažer provozu a výroby tepla ve společnosti Teplospol.

Podle něj mohla firma ušetřené investiční prostředky využít na modernizaci vlastní kotelny, spočívající ve výměně dosluhujícího kotle za efektivnější zařízení s ekonomizérem. „Naši odběratelé tak díky tomu získali jistotu stabilních dodávek tepla za přijatelnou cenu. Z popsaných důvodů můžeme všem spolupráci s E.ONem doporučit," upřesnil Štěpán Srnka.

E.ON má s podobnými typy projektů dlouholeté zkušenosti. Aktuálně provozuje čtyři desítky kogenerací v celé České republice s instalovaným elektrickým výkonem 28,1 MWe a tepelným výkonem 33,9 MWt. Jen na jihu Čech má E.ON aktuálně 19 kogeneračních jednotek. První jednotky přitom začal instalovat už před dvanácti lety. „Z největší části jde o instalace v městských a obecních kotelnách, ale vedle toho máme zdroje i v průmyslových areálech, nemocnicích i ve wellness a lázeňských provozech," vypočítala Hana Vaclíková, vedoucí decentrálních zdrojů ve společnosti E.ON Energy Solutions s tím, že ročně vyrobí zdroje E.ONu 318 000 GJ tepla, což stačí na roční spotřebu zhruba 13 000 českých domácností a městu velikosti Písku. **(tz)**



Kogenerační jednotka E.ONu v Jindřichově Hradci má instalovaný elektrický výkon 999 kWe a tepelný výkon 1180 kWt



Ročně je jednotka schopná vyrobit přibližně 3300 MWh elektřiny a současně pokrývat významnou část potřeby tepla pro lokální odběratele

Od manažerů, kteří vedou tým,
se dnes očekává vysoká míra empatie

Znám několik odvážných jedinců, kteří hned po škole nastoupili do zaměstnání, v němž vydrželi až do odchodu do důchodu. Se svým pracovištěm byli spjati buď jako manažeři, nebo jako dělníci. Vím, že takové osobnosti bývaly, a snad ještě stále jsou, ceněné například v zahraničním obchodu či diplomacii, protože letité kontakty se při jednání na jakékoli téma vždy vyplatily, a bývaly i zárukou důvěryhodnosti, zralosti, dobrých vztahů. Ve výrobních podnicích šlo zase o cenné provozní zkušenosti, které se léty stávají velkým know-how. Takový člověk ví, co udělat, když nastane nestandardní situace, kam sáhnout, s kým se poradit, nač si dát pozor, co ohlídat. Bývá cenným zdrojem znalostí a správné praxe, dokáže pracovat efektivně a vždy přivodit výsledek, který se očekává.



Martin Jánský, generální ředitel společnosti Randstand Česká republika

Ale trh práce se viditelně mění. Mnoho firem dnes požaduje například do manažerských pozic mladou generaci, která má v DNA řadu dovedností získaných od několika zaměstnavatelů. Je to svým způsobem trend, který vypovídá o přizpůsobivosti, rozmanitosti pohledu, posouvání se, odvaze jít dál.

Na základě čeho si vlastně v současnosti vybírají uchazeči o zaměstnání svého chlebodárce? Jaké požadavky mají ti, kdož shání práci? Často jejich rozhodnutí podpoří vidina příjemného pracovního prostředí, dobých vztahů v týmu, nabídka benefitů. Mzda stále hraje svou roli, ale není již tak dominantním prvkem. Zájemci o manažerské posty potřebují také prostor pro seberealizaci, vlastní rozvoj, důvěru v to, že firmu povedou odpovědně.

Čím se prostředí poptávky a nabídky vyznačuje, o tom jsem hovořila s Martinem Jánským, generálním ředitelem společnosti Randstad Česká republika, který je rovněž v čele Svazu personalistů ČR.

Podle čeho si dnes lidé vybírají zaměstnání? Jaké požadavky převládají?

Finanční ohodnocení zůstává na prvním místě, ale jeho dominance už není tak absolutní jako dřív. Mezi klíčové požadavky dnešních uchazečů patří příjemné pracovní prostředí a atmosféra – lidé jednoduše nechtějí pracovat v toxickém kolektivu. Zejména pro mladší generace je zásadní také rovnováha mezi pracovním a osobním životem. Flexibilní pracovní doba se dnes stává téměř standardem, nikoliv benefitem. A vzhledem k ekonomickým výkyvům posledních let je pro zaměstnance důležitá i jistota zaměstnání.

A co od nového zaměstnavatele vyžadují osobnosti, které se ucházejí o špičkové posty, jako jsou výrobní, obchodní, technický, marketingový ředitel nebo ředitel pro inovace?

Uchazeči o takové pozice mají specifické motivace. Finanční ohodnocení je pro ně samozřejmostí, rozhodují proto i jiné faktory. Vyžadují prostor pro realizaci vlastních inovací a vizí bez mikromanagementu ze strany majitelů či korporátního vedení. Chtějí vidět, že firma má odvahu inovovat a nebojí se nových technologií, jako je umělá inteligence – a že právě oni mohou být nositeli změn. Talentovaní manažeři si navíc pečlivě prověřují reputaci firmy a styl interní komunikace, protože nechtějí spojovat své jméno s neetickým chováním. Často také preferují benefity jako firemní akcie, podíly na zisku nebo nadstandardní péči o zdraví a rozvoj.

Mají vysoce talentovaní zájemci o zaměstnanecký poměr nějaká specifická přání?

Vysoce talentovaní kandidáti si dobře uvědomují svou hodnotu na trhu. K jejich specifickým přáním patří například individuální rozvojový plán – očekávají, že se budou profesně posouvat, a počítají i s rozpočtem na zahraniční stáže či certifikace. Hledají výzvy, při kterých mohou řešit složitější problémy a vidět okamžitý dopad své práce. Často vyžadují flexibilitu a možnost pracovat odkudkoliv, bez nutnosti být přítomni v kanceláři.

Přesto má mzda stále významnou úlohu. V jakých profesích zejména?

Mzda hraje důležitou roli především v oborech, kde je práce fyzicky náročná nebo stereotypní a kde zaměstnanci nejvíce pociťují dopady inflace a růstu životních nákladů. Typicky jde o operátory výroby, skladníky, řidiče nebo pokladní v retailu. Specifickou skupinou jsou obchodní zástupci – ti jsou motivováni výkonem, takže kombinace fixní mzdy a provizního systému je pro ně klíčová.

Proč zaměstnanci oceňují více než dříve dobré týmové vedení? Rostou v této souvislosti role a schopnosti šéfů nebo středního managementu?

Od manažerů, kteří vedou tým, se dnes očekává vysoká míra empatie, aktivní naslouchání a podpora duševního zdraví lidí. Střední manažeři jsou přitom často v kleštích – mezi tlakem top managementu na výsledky a požadavky řadových zaměstnanců na empatii a flexibilitu. A že na kvalitě vedení opravdu záleží, ukazuje nejlépe praxe: nejčastějším důvodem rychlých odchodů nováčků i zkušených zaměstnanců je dnes právě nekvalitní vedení.

Mění lidé práci častěji než v minulosti? Dokáže jejich rozhodování o tom, zda zůstat, či odejít, ovlivnit například firemní kultura, celková spokojenost s prostředím, v němž pracují?

Mladší generace dnes bere změnu práce jako přirozený kariérní krok – cestu k novým zkušenostem a vyšší mzdě. Pokud ve firmě panuje mikromanagement, politikaření nebo toxická atmosféra, lidé odcházejí častěji. Kandidáti mají dnes na trhu možnost volby a nechtějí setrvávat v prostředí, které jim nevyhovuje. Naopak příjemná firemní kultura, jistota zaměstnání a pocit psychologického bezpečí fungují jako spolehlivé lepidlo. Zaměstnanec, který se cítí oceňovaný a má kolem sebe skvělý tým, neodejde za konkurenční nabídkou jen kvůli mírně vyšší mzdě.

Mění zaměstnání spíše muži, nebo ženy?

Data z našich průzkumů, např. REBR, ukazují mírné rozdíly v motivacích i frekvenci změn zaměstnání u žen a mužů, i když se tyto nůžky postupně zavírají. Muži jsou v častějších změnách o něco odvážnější, zejména pokud vidí rychlejší kariérní postup nebo výrazně vyšší mzdu. Ženy preferují stabilitu, jistotu a bezpečné zázemí. Když se pro změnu rozhodnou, bývá spouštěčem například potřeba větší flexibility pro skloubení práce s rodinou nebo toxické prostředí na stávajícím pracovišti.

ptala se Eva Brixi

Vyšší penze za práci dává smysl, bez zdravějších seniorů ale reforma zůstane polovičatá

Lidem by mohl od jejich 80 let od příštího roku každých pět let vzrůst důchod o 500 Kč. Dosavadní přidání podle věku by se tak rozšířilo. Proti dnešku by si polepšili senioři a seniorky, jimž bude 80, 90 a 95 let. Penze by se od roku 2028 zas mohla zvedat za práci v důchodovém věku. Důchodovou novelu schválila vláda. Roční výdaje na obě opatření by podle nejmírnějšího scénáře vzrostly od příštího roku do roku 2060 z 2,6 miliardy korun na 60,8 miliardy korun. Zákon dostane k projednání Sněmovna.



Z novely vypadl návrat k vyšší valorizaci penzí o polovinu růstu reálných mezd místo nynější třetiny. Roční výdaje by od roku 2029 do roku 2060 podle Ministerstva práce stouply ze dvou miliard korun na 102 miliard korun. Ministerstvo financí se postavilo proti. Chce přesnější výpočty. Podle vládních politiků se krok stejně jako strop důchodového věku na 65 letech dostane do další novely.

Návrh navyšovat pracujícím důchodcům procentní výměru penze vždy od ledna, poprvé v roce 2028, o 1,5 % za každý odpracovaný rok, případně poměrně při kratší době, dává z pohledu trhu práce smysl. Zaměstnancům se má navíc důchod zvyšovat automaticky. To je důležité, protože ani dobře míněné opatření by nemělo ztroskotat v administrativním bludišti. U osob samostatně výdělečně činných by proto bylo vhodné celý proces maximálně zjednodušit a žádost ideálně propojit s každoročním přehledem o příjmech a výdajích.

Zachování slevy na důchodovém pojištění ve výši 6,5 % z vyměřovacího základu, kterou prosadila předchozí vláda, společně s návratem procentního navyšování penze vytváří kombinovaný motivační balíček. Tento směr má svou logiku. Český pracovní trh dlouhodobě potřebuje udržet zkušené seniory ekonomicky aktivní déle a dvojí motivace – vyšší čistý příjem nyní a vyšší penze v budoucnu – může být účinnější než dřívější, podstatně skromnější zvýhodnění za práci v důchodu.

Česko se však stále nedostatečně věnuje reformám, které by mohly prodloužit dobu života prožitou ve zdraví. Ta je u nás poměrně nízká: u mužů činí přibližně 61,5 roku a u žen 62,7 roku. Právě zdravotní stav představuje pro mnoho lidí zásadní překážku, kvůli níž nemohou nebo nechtějí pokračovat v práci. Netýká se to pouze pracujících důchodců, ale také lidí v předdůchodovém věku. Část z nich poslední roky před nárokem na penzi stráví v evidenci úřadu práce, protože už nezvládá původní profesi a obtížně hledá jiné uplatnění.

Ministerstvo práce a sociálních věcí by proto mělo mnohem intenzivněji spolupracovat s Ministerstvem zdravotnictví a připravit společná opatření zaměřená na zdravé stárnutí. Ta by měla zahrnovat zejména rozumné pozitivní pobídky k omezení kouření, nadměrné konzumaci alkoholu a nezdravého stravování. Stejně důležitá je dostupná a včasná prevence kardiovaskulárních onemocnění, vysokého krevního tlaku a dalších chorob, které ve vyšším věku významně omezují pracovní schopnost i kvalitu života. Bez zdravotní složky zůstane reforma polovičatá a nemusí dosáhnout deklarovaného cíle, tedy udržet více lidí ekonomicky aktivních i ve vyšším věku.

Jinak je potřeba posuzovat plošné zvýšení důchodu o 500 Kč každých pět let od dosažení 80 let, které novela zavádí souběžně. Toto opatření nemotivuje k ekonomické aktivitě, ale představuje sociální podporu nejstarší generace. Takový cíl je legitimní, protože lidé starší 80 let patří mezi zranitelnější skupiny a zpravidla čelí vyšším výdajům na zdravotní a sociální péči.

Otázkou však zůstává, zda je právě nyní vhodná doba k rozšiřování dalších plošných nároků. V situaci, kdy veřejné rozpočty dlouhodobě hospodaří se schodkem a stát si půjčuje také na běžné výdaje, je přinejmenším odvážné zavádět automaticky rostoucí výdaj bez jasně určeného dlouhodobého zdroje financování. Udržitelnost podobných opatření bude navíc záviset na tom, zda se česká ekonomika dokáže posunout k činnostem s vyšší přidanou hodnotou, a tím zvýšit příjmy veřejných rozpočtů.

Pro představu: Česko má pro rok 2026 schválený schodek státního rozpočtu ve výši 310 miliard korun. Podle údajů zveřejněných k novele by přitom roční náklady obou navrhovaných opatření mohly i v nejmírnějším scénáři postupně vzrůst z 2,6 miliardy korun na 60,8 miliardy korun v roce 2060. Každé trvalé zvýšení výdajů by proto mělo být doprovázeno nejen vysvětlením jeho sociálního přínosu, ale také důvěryhodným plánem, z čeho jej stát zaplatí.

Michal Španěl,
datový analytik pracovního portálu JenPráce.cz

Úspěch CSG ve Vietnamu:

Eldis modernizuje řízení letového provozu

Společnost Eldis Pardubice, tradiční český výrobce radarové techniky ze skupiny CSG, dokončila klíčovou fázi výroby prvních radarových systémů určených pro Vietnam. Zákazník, společnost Vietnam Air Traffic Management Corporation (VATM), je po úspěšných přejímkových zkouškách schválil pro dodání a instalaci. Jde o důležitý milník v projektu modernizace vietnamské infrastruktury pro řízení civilního letového provozu. Probíhající zakázky zahrnují dodávky a instalaci osmi radarových systémů v celkové hodnotě přesahující 20 miliónů dolarů.

Projekty jsou realizovány na základě uzavřených kontraktů se společností VATM v únoru a prosinci 2025. První část projektu se týká dodávek přehledových kombinovaných radarových systémů zahrnující primární a sekundární radar s Modem S (RL-2000/MSSR-1 Mode S) a dále jde o dodávky samostatných sekundárních radarových systémů MSSR-1 Mode S pro celkem pět lokalit na území Vietnamu.

Součástí zakázky je dodávka radarových systémů, odborné školení operátorů, instalace a následné testování za přítomnosti zástupců koncového uživatele. Právě úspěšné dokončení tovární přejímky, takzvaného Factory Acceptance Testu, kdy zákazník testuje zboží v prostorách výrobce, potvrdila připravenost systémů pro další fáze projektu. Ve všech pěti lokalitách zároveň probíhají stavební přípravy pro budoucí instalace nových radarových systémů, které výrazným způsobem zmodernizují infrastrukturu zajišťující bezpečný a efektivní provoz na vietnamském nebi. „Vietnam patří mezi dynamicky se rozvíjející letecké trhy a modernizace infrastruktury řízení letového provozu je pro další bezpečný růst civilního letectví v zemi zásadní. Úspěšné dokončení tovární přejímky potvrzuje, že Eldis dokáže dodávat špičková radarová řešení i pro náročné mezinárodní zákazníky. Pro CSG je tento projekt zároveň dalším příkladem toho, jak mohou české technologie uspět na strategicky významných trzích mimo Evropu," uvedl Tomáš Vlček, CEO CSG Aerospace & Defence Electronics.

Druhý projekt, který zahrnuje dodání kombinovaných radarových systémů pro další tři lokality, se aktuálně nachází ve fázi školení ATSEP operátorů, tedy technického personálu odpovědného za provoz a údržbu radarových systémů pro řízení letového provozu. Dalším naplánovaným krokem je realizace Factory Accpetance Test (FAT) a následné odeslání do Vietnamu.

„Úspěšný postup obou zakázek potvrzuje vysokou technickou úroveň, spolehlivost a kvalitu našich radarových systémů. Velmi si vážíme důvěry společnosti VATM a možnosti podílet se na modernizaci infrastruktury, která je naprosto klíčová pro další rozvoj vietnamského řízení letového provozu," uvedl Vladimír Vojáček, CEO společnosti Eldis Pardubice.

Aktuální projekty navazují na předchozí působení Eldisu na vietnamském trhu a posilují pozici společnosti jako spolehlivého technologického partnera pro civilní a vojenský sektor v oblasti radiolokace. Příkladem je kompletní realizace třech radarových systémů typu RSP-10 pro Ministerstvo obrany v letech 2018–2020.



Rostoucí objem civilní letecké dopravy vytváří vyšší nároky na integraci moderních technologií zajišťující dohled nad vzdušným prostorem, spolehlivou infrastrukturu a systémy řízení letového provozu s vyšší kapacitou. Právě na tuto oblast se Eldis dlouhodobě specializuje a v realizovaných zakázkách uplatňuje své technologie vyvíjené a vyráběné v České republice.

Eldis patří mezi zavedené evropské výrobce radarových systémů pro civilní a vojenské zákazníky. Radarové systémy společnosti jsou široce využívané například v Indii, kde pokrývají prakticky celý vzdušný prostor země a kam pardubická společnost už dodala téměř 50 radarových systémů v různých konfiguracích a aktuálně plní zakázku na dalších 20 kusů. Mezi další příklady úspěšné zahraniční spolupráce patří například projekty v Polsku, Norsku, Německu, Turecku, Maroku nebo Indonésii. Společnost dlouhodobě vyvíjí a dodává radarové systémy nové generace a její produkty splňují nejnovější mezinárodní ICAO a EUROCONTROL standardy a požadavky pro oblast řízení letového provozu.

Z pohledu celé skupiny CSG patří Vietnam mezi důležité trhy východní a jihovýchodní Asie. Společnosti skupiny v regionu kromě projektů v oblasti civilních a vojenských radarových technologií zajišťují také armádní modernizační projekty, dodávky náhradních dílů pro obrněnou techniku, dělostřelecké systémy i další specializovanou pozemní techniku. Mezi tyto aktivity patří například dodávky mostních automobilů AM-50 od společnosti Excalibur Army.

Silnou pozici CSG v širším regionu jihovýchodní Asie potvrzují také další exportní úspěchy skupiny. Patří mezi ně letošní kontrakty na dodávky systémů protivzdušné obrany v hodnotě téměř 2,5 miliardy dolarů, dřívější projekt MRAD na dodávky systému protivzdušné obrany středního doletu, zakázky na obrněná vozidla Patriot prostřednictvím společnosti Excalibur Army i významný kontrakt na dodávky malorážové munice v hodnotě stovek miliónů dolarů, které zajišťují společnosti divize CSG Ammo+. **(tz)**

Firma Kv.Řezáč potvrdila výsledky nové obchodní strategie

První polovina roku 2026 přinesla společnosti Kv.Řezáč povzbudivé signály. Přestože leden a únor tradičně patřily mezi slabší měsíce, již v březnu zaznamenal český výrobce sportovních a ochranných sítí rekordní počet objednávek. K růstu přispěla především upravená obchodní a marketingová strategie, která začíná přinášet první měřitelné výsledky. Firma zároveň reaguje na nové trendy ve sportu, rozšiřuje obchodní tým a posiluje nabídku pro nové segmenty trhu.

Začátek roku byl poznamenán sezónním útlumem poptávky. Na rozdíl od minulých let však letos přišlo výrazné oživení už v březnu. „Leden a únor bývají pro náš obor tradičně slabší. Letos nás ale velmi příjemně překvapil březen, který přinesl rekordní počet objednávek ve srovnání s předchozími roky. Duben sice znamenal mírné zpomalení, ale už v květnu se růst opět obnovil. Vnímáme to jako první potvrzení, že změny v naší obchodní strategii jdou správným směrem," řekla Ing. Martina Kyselková, majitelka a ředitelka společnosti Kv.Řezáč.

Významnou roli v letošním vývoji sehrála také cílená podpora nejžádanějších produktových kategorií. Společnost své marketingové kampaně načasovala podle průběhu sportovní sezóny. V březnu nabídla zvýhodněné fotbalové brankové sítě, v dubnu navázala akcí na hokejové branky v souvislosti s blížícím se mistrovstvím světa v ledním hokeji a v květnu podpořila začátek volejbalové sezóny slevovou akcí na rekreační volejbalové sítě. „Promyšlenější načasování kampaní se nám letos osvědčilo. Byli jsme tak připraveni dříve, než poptávka naplno vznikla. V jednotlivých kategoriích jsme zaznamenali vyšší počet objednávek právě v období, kdy zákazníci začínají své sportovní vybavení teprve řešit," doplnila Martina Kyselková.



Vedle tradičního sortimentu firma i letos eviduje pokračující růst zájmu o ochranné sítě za branky a kolem sportovišť, což potvrzuje rostoucí důraz provozovatelů sportovních areálů na bezpečnost. Kv.Řezáč zároveň rozšiřuje své portfolio o produkty pro nové sportovní disciplíny. Reaguje tak mimo jiné na rostoucí popularitu padel tennisu, který patří mezi nejrychleji se rozvíjející raketové sporty v Evropě. „Sledujeme vývoj trhu dlouhodobě a snažíme se reagovat včas. Proto jsme do nabídky zařadili sítě pro padelová hřiště i ochranné sítě určené přímo pro tento sport. Chceme být partnerem nejen pro tradiční sporty, ale také pro nové disciplíny, jejichž význam bude v dalších letech růst," vysvětlila Martina Kyselková.

K nejvýznamnějším projektům prvního pololetí patří dodávka speciálních nehořlavých sítí pro Armádu České republiky. Podle vedení společnosti jde o zakázku, která potvrzuje schopnost českého výrobce splnit náročné technické požadavky i v segmentu se zvýšenými nároky na bezpečnost a kvalitu. Po letech, kdy se firma soustředila především na výrobu a technologický rozvoj, letos významně posiluje také obchodní aktivity. „Uvědomili jsme si, že kvalitní výrobek dnes sám o sobě nestačí. Proto jsme se rozhodli více investovat do rozvoje obchodního oddělení. Aktivně hledáme nové obchodníky pro práci v terénu, rozšiřujeme databázi potenciálních zákazníků a zintenzivnili jsme naši přímou komunikaci se stávajícími klienty. Chceme být zákazníkům blíž a aktivně vyhledávat nové obchodní příležitosti a posilovat vztahy, které stojí na společných hodnotách – kvalitě, precizním zpracování, výkonu, trvalosti a hrdosti na českou produkci," řekla Martina Kyselková.

Přestože se pozitivní změny zatím promítají do hospodářských výsledků jen pozvolna, vedení společnosti je hodnotí jako důležitý krok k dlouhodobému růstu. „Nečekáme, že se výsledky dostaví ze dne na den. Obchod i marketing potřebují čas. První pololetí nám ale ukázalo, že zvolená cesta začíná fungovat. To je pro nás důležitý signál do druhé poloviny roku," uzavřela Martina Kyselková. **(tz)**

Čokoládovna Ajala uvedla letní limitovanou edici s chutí nostalgie

Brněnská čokoládovna Ajala spojila síly s legendárním výrobcem nápojů ZON z Třebíče. Výsledkem této spolupráce je letní limitovaná edice čokolády s názvem Limonáda. Sametová mléčná čokoláda v sobě kombinuje poctivé řemeslo, výběrové kakaové boby a nezaměnitelnou chuť kultovní červené malinovky.

Spojení dvou zdánlivě odlišných světů – prémiové čokolády a tradiční limonády – dalo vzniknout tabulce, která vyniká nejen svou chutí, ale především způsobem výroby. Nejde o běžné přidání aromatu. Ajala nechala kakaové úlomky (nibsy) před samotným mletím nejprve macerovat přímo v originálním malinovém sirupu ZON. Kakao tak přirozeně navázalo ovocné tóny a čokoláda získala svou charakteristickou letní svěžest, aniž by bylo nutné použít jakákoliv umělá barviva nebo aromata. Ta ostatně nenajdete v žádné Ajala čokoládě. „Chtěli jsme vytvořit čokoládu, která bude ztělesněním českého léta a zároveň ukáže, že i zdánlivě bláznivé chuťové kombinace se dají vyrobit čistě, poctivě a bez kompromisů v kvalitě. Spolupráce s třebíčskou sodovkárnou ZON pro nás byla jasná volba – jejich malinový sirup je pojem. Když jsme poprvé vyzkoušeli macerovat ugandské boby v jejich sirupu, věděli jsme, že máme v rukou dokonalou letní romanci," řekl Filip Teplý, spoluzakladatel čokoládovny Ajala.

Základem 45g tabulky je 50% mléčná čokoláda. Vedle malinového sirupu ji tvoří výběrové kakaové boby, bio sušená třtinová šťáva, kakaové máslo a kvalitní bio plnotučné mléko z rakouských Alp. Použité kakaové boby pocházejí z deštného lesa Semuliki na západě Ugandy, kde je od tisícovky drobných farmářů vykupuje společnost Latitude. Ta se pyšní přísnou certifikací B Corporation, která zaručuje nejvyšší standardy sociální a environmentální udržitelnosti, férové výkupní ceny a podporu tamních komunit.

„Čokolády Ajala mě na první pohled zaujaly svým výjimečným designem. Stejně tak oceňuji jejich vysokou kvalitu a na vedení firmy odvahu experimentovat. Když jsem pak v jejich nabídce narazila na příchuť vína či whiskey, napadlo mě: Sem by se hodila Limonáda! Jsem moc ráda, že se naše spolupráce podařila a společně jsme vytvořili další jedinečnou příchuť. Zákazníci tak mohou tradiční ZONku ochutnat zase trochu jinak. Malinová ZONka a čokoláda k létu zkrátka patří," vysvětlila motivaci spojení Klára Fictumová, manažerka obchodu ZON.

Na rozdíl od běžných průmyslových čokolád plných náhražek, aditiv a rafinovaného cukru, které lidskému tělu spíše škodí, si limitka od Ajaly zachovává přirozené benefity šetrně zpracovaného kakaa. Celý proces od nepražených bobů až po zabalenou tabulku (metoda bean-to-bar) probíhá ručně v manufaktuře v Brně. **(tz)**

ČESKÁ SPOLEČNOST PRO JAKOST

Strana vychází pod partnerskou záštitou České společnosti pro jakost

Kvalita služeb se pozná i ve chvílích, kdy se nikdo nedívá

Prestižní značka kvality CZECH MADE láká stále více firem. Uděluje ji Česká společnost pro jakost. Následující rozhovor jasně dokládá, jak si tohoto označení nositelé váží a co pro ty, kteří to s kvalitou v praxi myslí vážně, představuje. Společnost Telly dlouhodobě sází na špičkovou zákaznickou péči, technologické inovace a férový přístup ke klientům. Značku CZECH MADE získala jako vůbec první subjekt ve svém oboru. O tom, co toto ocenění pro firmu znamená, jak Telly pracuje se zpětnou vazbou zákazníků a kam chce směřovat v dalších letech, jsme hovořili s Janem Schöppelem, marketingovým ředitelem společnosti Telly.

Nejprve pro ty, kteří vás neznají. Co je Telly?

Jsme ryze česká firma a děláme televizi srdcem. Proto nás nesmírně těší, že jsme jako úplně první televizní operátor u nás toto ocenění CZECH MADE získali. Pro nás je to především nezávislé potvrzení toho, co dlouhodobě říkáme. Že se snažíme dělat věci jinak a že se nám to daří. Vlastní zákaznické výzkumy nám dávají dobrá čísla, ale potřebovali jsme externí pohled, který by je objektivně ověřil. To, že jsme v našem oboru první, kdo certifikací prošel, vnímáme jako potvrzení strategie, kterou jsme si nastavili. Tedy stavět na kvalitě, péči o zákazníka a férové komunikaci, ne na velikosti rozpočtu.

Cesta k získání značky CZECHMADE je poměrně náročná a zahrnuje jak sebehodnocení, tak externí šetření i místní audit. Která část tohoto procesu pro vás byla nejnáročnější a proč?

Nejvíc respektu jsem měl k zákaznickému šetření. Dotazník jsme záměrně rozeslali namátkově napříč naší zákaznickou bází, bez jakékoli předběžné selekce. Chtěli jsme férový vzorek, ne výběr spokojených zákazníků. Do poslední chvíle jsme samozřejmě nevěděli, jak to dopadne, a to je věc, kterou jako management neovlivníte. Druhou náročnou částí byl celodenní audit přímo u nás v sídle. Hodnotitelé byli technicky i oborově velmi zkušení a procházeli s námi do hloubky všechno, od strategických procesů přes řízení týmu po konkrétní fungování zákaznické linky. Bylo to intenzivní, ale velmi přínosné.

V hodnocení jste dosáhli výsledku přes 89 %. Jaké faktory nebo přístupy podle vás nejvíce přispěly k takto vysokému skóre?

Klíčovou roli hraje způsob, jakým máme nastavenou zákaznickou péči. Každý operátor je proškolený tak, aby drtivou většinu požadavků vyřešil napřímo, bez přepojování a bez automatizovaných hlasových menu. Druhým faktorem je rychlost reakce. Jako menší firma dokážeme podnět od zákazníka dostat do produkce v řádu týdnů, ne kvartálů, a tuto agilitu si vědomě chráníme. A v neposlední řadě je to výsledek práce celého týmu, od vývojářů aplikace po kolegy v zákaznickém centru v Brně. Velké poděkování patří Martině Šebkové, která celý certifikační proces u nás organizovala.

Zmíněné hodnocení se zaměřuje mimo jiné na strategii, řízení procesů, práci s lidmi nebo spokojenost zákazníků. Které z těchto oblastí považujete za klíčové pro dlouhodobé udržení kvality služeb?

Všechny tyto oblasti jsou propojené, ale pokud bych měl zvolit jednu, byla by to práce s lidmi. Zákaznickou péči u nás vede Iveta Šlapalová a velkou výhodou je, že v jejím týmu máme dlouhodobě minimální fluktuaci. Operátorky znají produkt do detailu a mají kompetence řešit většinu situací samostatně. Tuto úroveň znalosti a vztahu k produktu nezískáte jen nastavením procesů, je to dlouhodobá investice do týmu. Kvalita služby není stav, ale každodenní práce, a stojí na lidech, kteří ji dělají.

Značka CZECH MADE je často vnímána jako garance kvality pro zákazníky. Jakou přidanou hodnotu podle vás toto ocenění přináší právě vašim klientům?

Zákazník je dnes zahlcen nabídkami a každý poskytovatel se prezentuje jako nejlepší. CZECH MADE je značka s historií, spadá pod Ministerstvo průmyslu a obchodu a stojí za ní rigorózní hodnoticí proces. Pro zákazníka je to nezávislé potvrzení, že služba má reálně to, co slibuje. Stabilitu, profesionální zákaznickou péči a jasný český původ. V době, kdy je důvěra jednou z nejcennějších hodnot, to vnímáme jako významnou přidanou hodnotu pro naše klienty.

Ve vašem vyjádření zaznělo, že ocenění není jen „nálepka“, ale závazek. Jak se právě on promítá do každodenního fungování firmy a rozhodování managementu?

Znamená to, že laťku, kterou jsme nastavili, musíme držet konzistentně. Při každém novém balíčku, úpravě ceníku nebo nové funkci v aplikaci



Jan Schöppel, marketingový ředitel společnosti Telly

si pokládáme otázku, zda je to skutečně to nejlepší řešení pro zákazníka. Po získání CZECH MADE tento dotaz pokládáme ještě pečlivěji. Já jsem jako kluk závodně plaval a u nás na Kladně jsme měli jedno heslo: dopředu se posouváš nejvíc tím, co děláš, když se nedívá trenér. Stejné pravidlo platí v businessu. Certifikát visí na webu, ale rozhodující je, jak se firma chová ve dnech, kdy se nikdo nedívá.

Telly dlouhodobě staví na individuálním přístupu k zákazníkům a kvalitním obsahu. Jak konkrétně pracujete se zpětnou vazbou zákazníků a jak ji promítáte do inovací služeb?

Zpětná vazba je pro nás klíčovým aspektem pro inovace. Pravidelně vyhodnocujeme podněty z klientské linky i sociálních sítí, a jak jsem již zmiňoval, snažíme se je vždy implementovat co možná nejrychleji. Například úpravy v uživatelském rozhraní naší aplikace nebo přidávání konkrétních televizních stanic jsou často přímou reakcí na přání diváků. Nejsme korporát, když zákazníci chtějí změnu, která dává smysl, tak uděláme maximum pro to, abychom jim vyšli vstříc.

Můžete čtenářům krátce představit základ vašich služeb a to, čím se Telly odlišuje od konkurence na českém trhu?

Naše služba stojí na třech pilířích. Prvním je obsah, zejména sportovní. Máme velmi širokou sportovní nabídku, včetně přenosů UFC, F1 nebo evropských fotbalových soutěží. Druhým pilířem je technologická vyspělost a stabilita aplikace, která patří mezi nejlepší na českém trhu. Třetím bodem je férovost a srozumitelnost. Komunikujeme jasně, bez drobně tištěných podmínek, bez dlouhodobých závazků a se zákaznickou péčí, která reálně řeší problémy. Tato kombinace je to, čím se odlišujeme.

Jakou roli hrají inovace a technologický rozvoj ve vaší strategii – například v oblasti internetové televize, obsahu nebo zákaznické zkušenosti?

Telly je primárně technologická společnost, takže inovace tvoří podstatnou část naší každodenní práce. Pracujeme na optimalizaci streamovacích protokolů tak, aby kvalita obrazu zůstala vysoká i při méně stabilním připojení. Pro významné sportovní přenosy nasazujeme LIVE+ kanály s vyšším datovým tokem, které minimalizují zpoždění oproti běžnému vysílání. Investujeme do rozvoje aplikací pro všechny chytré platformy a aktivně zkoumáme možnosti využití umělé inteligence pro personalizaci obsahu. Cílem je, aby technologie byla pro diváka neviditelná a co nejrychleji ho dostala k obsahu, který chce sledovat.

Označení CZECH MADE je udělováno na omezené období a je potřeba jej obhajovat. Jaké kroky plánujete podniknout, abyste si tuto značku udrželi i v dalších letech?

Plánujeme pokračovat v digitalizaci a automatizaci interních procesů, dále zvyšovat standard zákaznické péče, a zejména systematicky pracovat se zpětnou vazbou. Chceme prohloubit analýzu zákaznické spokojenosti a do příští obhajoby přijít s dalšími inovacemi v naší platformě. CZECH MADE pro nás není finální meta, ale průběžný kontrolní bod, který nám pomáhá držet kvalitu na požadované úrovni.

A vaše hlavní strategické cíle a plány do budoucna? Kam byste chtěli společnost Telly posunout v horizontu několika let?

Naším cílem je upevnit pozici Telly jako první volby pro sportovní fanoušky a rodiny, které hledají kvalitní českou alternativu k velkým operátorům. Chceme, aby se Telly stala synonymem moderní, chytré a férové televize a aby byla ve své kategorii nejdoporučovanější značkou na českém trhu.

rozhovor připravil David Kubla





Až 49 % Čechů se chystá v blízké době

rekonstruovat své domovy, zapomíná ale změnit pojištění

Větší rekonstrukci domu, bytu nebo jiné nemovitosti plánuje v nejbližších letech polovina jejich vlastníků. Nejčastěji chtějí opravovat koupelny nebo kuchyně a obvykle počítají s investicí ve výši stovek tisíc korun. Přesto značná část z nich neřeší, zda bude jejich pojištění odpovídat nové hodnotě nemovitosti a riskuje podpojištění. Vyplývá to z aktuálního průzkumu KB Pojišťovny mezi více než tisícovkou majitelů domů, bytů či chat.

Lidé plánují hlavně nové koupelny nebo kuchyně, následují podlahy, omítky, dveře a další části interiéru. Majitelé domů a chat ve velkém investují také do úprav, které jim mají ušetřit náklady na energie – do zateplení, nových oken a vylepšení střech. Přibližně 10 % si hodlá pořídit technologie, jako jsou tepelná čerpadla či fotovoltaika. Nejčastější rozpočet na vylepšení nemovitosti se pohybuje mezi 200 000 a 500 000 Kč. S touto částkou počítá 37 % dotázaných. Dalších 21 % chce investovat 500 000 až jeden milión korun, a 12 % dokonce více než jeden milión korun. Hlavními důvody rekonstrukcí jsou podle průzkumu technický stav nemovitosti a estetické úpravy, shodně v 28 % případů. V 19 % dotazovaní koupili starší nemovitost, která je v horším stavu a je nutná renovace.

Při statisícových investicích je čas na aktualizaci pojištění

„Rekonstrukce dnes často představuje investici ve výši několika set tisíc korun, někdy i miliónů. Právě proto je důležité myslet na podmínky sjednaného pojištění nemovitosti včas, protože investice do vylepšení, ať už v podobě nové střechy, zateplení, či nové kuchyně, může mít zásadní dopad na hodnotu nemovitosti," řekl produktový manažer Martin Svoboda z KB Pojišťovny: „Průzkum však ukázal, že téma pojištění zůstává při rekonstrukcích často stranou, a to i u částek kolem půl miliónu a výše. Právě v těchto případech je nutné zkontrolovat nastavení pojistné smlouvy. Alarmující je, že třetina investorů nad aktualizací nepřemýšlela, nebo to nemá v plánu," dodal.



Kdy je vhodná aktualizace pojištění nemovitosti

	pojištění nemovitosti bez pojistné částky od KB Pojišťovny	standardní pojištění nemovitosti
pravidelná aktualizace každé dva roky z důvodu růstu cen stavebních prací a materiálů	✗	✔ aktualizace není nutná, pokud má klient sjednanou indexaci
vyšší investice do rekonstrukce nemovitosti	✗ aktualizace není nutná, pokud rekonstrukce nezvětšuje plochu nemovitosti	✔
nákup a instalace technologie, jako je např. fotovoltaika na střeše nemovitosti	✗	✔
realizace přístavby nebo rozšíření nemovitosti	✔	✔
výstavba vedlejších staveb, jako jsou garáže, pergoly, zahradní domky, ale i bazény	✔	✔
změna vlastníka a další situace, jako jsou rozvod či úmrtí	✔	✔

Pokud se v důsledku rekonstrukce změní hodnota, dispozice nebo technické parametry nemovitosti, ale pojistná smlouva zůstane beze změny, může vzniknout riziko podpojištění. Klient pak nemusí v případě pojistné události dostat plnění v takové výši, které by odpovídalo skutečné hodnotě majetku po rekonstrukci. „Je také nutné si uvědomit, že škody mohou vzniknout už během stavby a jsou někdy dost vysoké. Například jeden z našich klientů rekonstruoval střechu. Přišla vichřice a způsobila škodu přes 700 000 Kč," uvedl jeden z případů Martin Svoboda.

Specifická situace je u pojištění nemovitosti bez pojistné částky, které na českém trhu nabízí KB Pojišťovna. Klienti nemusejí aktualizovat pojištění z důvodu průběžného růstu hodnoty nemovitosti, ale ani ve chvíli, kdy majitel investuje do nákladné rekonstrukce.

„Naši klienti si s navýšením pojistné částky lámat hlavu nemusí. Ať už například vyměňují střechu, zateplují budovu, či instalují solární panely. Naše pojištění je nastavené tak, že pokud se nemění plocha nemovitosti, tak není nutné do smlouvy nijak zasahovat," upřesnil Martin Svoboda.

Pojištění bez limitu situaci výrazně zjednodušuje

- Pojištění nemovitosti od KB Pojišťovny je jediné bez limitu, u kterého jste pojištěni na aktuální hodnotu nemovitosti.
- Při velké škodě za vás uhradí až 12 splátek úvěru na bydlení a náklady na náhradní ubytování do výše 10 000 Kč měsíčně až po dobu jednoho roku.
- V tomto pojištění jsou zahrnuta veškerá základní rizika, včetně živelních pohrom, vystoupání vody z odpadního potrubí nebo rozbití skla z nepojištěné příčiny.
- Pokud přecházíte od jiné pojišťovny, čerpáte výhody pojištění rovnou a až jeden rok zdarma. Nemusíte čekat na konec výpovědní lhůty stávajícího pojištění.
- V případě nenadálých havárií zajistí asistenční služba zdarma řemeslníka, zaplatí jeho dopravu a práci do 9000 Kč ročně. Asistenční služba pomůže také s pozáručním servisem elektrospotřebičů, jako je pračka, lednice, myčka či televize u přístrojů mladších pěti let.
- Akční nabídka – slevu až 30 % získáte při sjednání až do 3. července 2026. **(tz)**

Společnost SGEF získala certifikát CRIF Business Elite

Společnost SG Equipment Finance, člen Skupiny Komerční banky a lídr na českém trhu v oblasti financování technologií, strojů a dopravní techniky, získala prestižní certifikát CRIF Business Elite. Navázala tím na rekordní výsledky, kterých dosáhla v roce 2025. Ocenění také potvrzuje výjimečné finanční výsledky, stabilitu a důvěryhodnost společnosti a podtrhuje její dlouhodobě silnou výkonnost a klientskou úspěšnost.

SGEF v roce 2025 dosáhla historicky nejvyššího objemu nového financování ve výši 17,9 miliardy korun, což představuje meziroční nárůst o 10 %. Společnost zároveň posílila svůj tržní podíl na 20,7 % a potvrdila svou vedoucí pozici na trhu nebankovního financování firem a podnikatelů v České republice. Certifikát CRIF Business Elite je udělován společnostem s nadstandardními hospodářskými výsledky, vysokou úrovní finančního zdraví, stabilního hospodaření a dlouhodobé důvěryhodnosti. Ocenění vzniká pod záštitou odborných partnerů Czech Top 100 a Hospodářské komory České republiky a řadí jeho držitele mezi úzkou skupinu nejlépe hodnocených firem na českém trhu.

Pro SGEF představuje získání tohoto certifikátu potvrzení kvality řízení, finanční stability a schopnosti dlouhodobě generovat udržitelné výsledky. Ocenění zároveň posiluje vztah s obchodními partnery i klienty a postavení společnosti jako spolehlivého partnera pro financování investic v klíčových segmentech české ekonomiky.

„Získání certifikátu CRIF Business Elite vnímáme jako potvrzení dlouhodobé kvality našeho řízení, finanční stability i důvěry, kterou do nás vkládají naši klienti a obchodní partneři. V kombinaci s rekordními výsledky za rok 2025 jde o jasný signál, že naše strategie funguje a že jsme schopni dlouhodobě růst i v dynamickém ekonomickém prostředí," řekl David Formánek, generální ředitel SGEFu.

K rekordnímu výsledku SGEFu za rok 2025 přispěl zejména růst ve financování dopravy, kde objem nových obchodů dosáhl přibližně 6,5 miliardy korun, a dále silný výkon v oblasti zemědělské techniky (dvě miliardy korun) a high-tech technologií (1,6 miliardy korun). Významnou roli sehrálo také strukturované financování, které meziročně vzrostlo o 54 % a dosáhlo téměř 2,5 miliardy korun.

SGEF zároveň pokračoval v rozvoji financování udržitelných projektů, jejichž objem dosáhl 5,1 miliardy korun. Podíl tzv. zelených aktiv v portfoliu společnosti činil 29,3 %, což potvrzuje rostoucí význam ESG faktorů v investičním rozhodování firem. „Rekordní výsledky nejsou náhodou – jsou odrazem naší specializace, hlubokého porozumění potřebám klientů a schopnosti přinášet komplexní řešení. Zároveň vidíme, že roste poptávka po udržitelných a technologicky pokročilých projektech, na které se dlouhodobě specializujeme," doplnila Eva Jiránková, obchodní ředitelka SGEFu.

„Blahopřejeme společnosti SG Equipment Finance k získání tohoto prestižního ocenění. Vážíme si každé příležitosti ocenit úspěšné české firmy, které svým aktivitám věnovaly mnoho úsilí i dovedností," uvedl Přemysl Cenkl, Sales B2B and Marketing Director společnosti CRIF – Czech Credit Bureau, a.s.

SGEF dlouhodobě dosahuje také vysoké spokojenosti klientů – v roce 2025 dosáhl ukazatel Net Promoter Score (NPS) hodnoty 82. Společnost rovněž pokračovala v digitalizaci procesů a dalším rozvoji inovativních řešení financování. **(tz)**

Twisto rozšiřuje síť partnerů a míří do prémiových kategorií

Fintech Twisto v posledním měsíci rozšířilo síť partnerských e-shopů a posílilo svou pozici v segmentu odložených plateb. Nově mohou zákazníci využít Twisto například na Vermont.cz, Gant.cz, Muziker.cz, Gutta.cz, ParizskeParfemy.cz nebo Nutsman.cz. Firma tím zpřístupňuje možnost flexibilních plateb v dalších kategoriích, jako je prémiová móda, kosmetika nebo volnočasový sortiment.

Odložená platba už dávno není jen doplňková služba. Stává se běžnou součástí toho, jak lidé přemýšlejí o svých výdajích. Zákazníci ji stále častěji využívají u hodnotnějších nákupů, od vybavení domácnosti přes hudební nástroje až po prémiovou kosmetiku. Možnost platbu odložit nebo si ji rozložit jim dává větší klid při nákupu, menší tlak na rozpočet a lepší přehled o tom, kdy za co zaplatí. Právě tato flexibilita se pro obchodníky stává důležitou výhodou.

„Tato partnerství jasně ukazují, jak se český trh s placením vyvíjí. Odložené platby už dávno nejsou doménou elektroniky, ale stávají se přirozenou součástí nákupů napříč kategoriemi, od módy přes kosmetiku až po volnočasové produkty. Zákazníci dnes více zvažují hodnotu nákupu, jeho načasování i dopad na svůj rozpočet. U prémiovějších položek proto stále častěji hledají řešení, které jim umožní rozložit výdaje chytřeji a s větší kontrolou. V Twistu na tento posun reagujeme flexibilnějšími možnostmi placení přímo u pokladny. Pro zákazníky to znamená větší svobodu a pohodlí, pro obchodníky vyšší šanci na dokončení nákupu a silnější vztah se zákazníkem," řekla Nemika Menevse, generální ředitelka Twisto.

Typickým příkladem takového vědomého nakupování je právě móda, kde zákazníci často objednávají více velikostí nebo variant. Díky Twistu nemusí blokovat vlastní hotovost, než se rozhodnou, co si ponechají. To je obzvlášť relevantní u prémiových značek, jako jsou ty nově dostupné na Vermont.cz nebo Gant.cz, kde může hodnota jedné objednávky dosahovat vyšších částek.

„Chceme, aby byl nákup pro zákazníky co nejjednodušší a aby se k nám rádi vraceli. Twisto nám v tom dává smysl jako partner, který dokáže celý nákup zpříjemnit a nabídnout lidem větší volnost při placení. Zároveň věříme, že díky této spolupráci oslovíme i ty, kteří už flexibilní platební možnosti berou jako běžnou součást moderního nakupování," doplnil Michal Kapička, Head of E-commerce ve společnosti Vermont. **(tz)**

Práce na IČO, auta v podnikání, marketplace,

aneb na co se zaměřují daňové kontroly OSVČ a malých firem

Daňové kontroly živnostníků a menších firem dnes vypadají výrazně jinak než ještě před několika lety. Finanční správa stále více pracuje s automatickým vyhodnocováním dat, propojením informací z různých systémů a detailnější analýzou digitálních transakcí. Pod drobnohled se tak dostávají oblasti, které byly dříve často na okraji zájmu úřadů. Typicky jde o práci na IČO, využívání automobilů v podnikání, náklady spojené s home office, příjmy z digitálních služeb nebo transakce přes zahraniční platformy a fintech aplikace typu Revolut.

„Stále více podnikatelů zároveň funguje v prostředí, kde se prolínají soukromé a firemní finance, online platformy, zahraniční platby a vedlejší digitální příjmy. Právě tato kombinace dnes bývá častým důvodem, proč systém vyhodnotí podnikatele jako rizikovější subjekt pro případnou kontrolu," řekla Jana Jáčová, ředitelka UOL Účetnictví.

Jedním z nejčastějších témat kontrol zůstává takzvaný švarcsystém. Finanční úřady i inspekce práce se dlouhodobě zaměřují na případy, kdy spolupráce formálně funguje jako podnikání, ale fakticky připomíná klasický zaměstnanecký vztah. Rizikové bývají zejména situace, kdy člověk dlouhodobě pracuje pouze pro jednoho klienta, má pevně stanovenou pracovní dobu, používá firemní vybavení, řídí se interními pokyny firmy a jeho práce je prakticky nerozeznatelná od běžného zaměstnance. „Právě IT sektor, marketing, administrativa, logistika nebo některé kreativní obory patří mezi segmenty, kde úřady podobné vztahy sledují častěji. Samotná práce na IČO samozřejmě není problém. Důležité ale je, aby podnikatel skutečně vystupoval samostatně, nesl podnikatelské riziko a měl reálnou nezávislost při výkonu činnosti," uvedl Pavel Janeček z Royal Bridge Partners.



Velkou část sporů během daňových kontrol stále tvoří automobily využívané pro podnikání. Právě zde podnikatelé často podceňují nutnost jasně oddělit služební a soukromé využití vozidla. „Finanční úřady se zaměřují například na uplatňování pohonných hmot, servisních nákladů, leasingů nebo odpočtů DPH v situacích, kdy je automobil evidentně využíván i pro osobní potřebu. Problematické bývá také vedení knihy jízd, která v některých případech působí formálně nebo nereálně. Pozornost budí i dražší vozy pořizované malými firmami či OSVČ, zejména pokud jejich využití neodpovídá charakteru podnikání nebo deklarovaným příjmům. Úřady dnes mnohem více pracují s porovnáváním dat a ekonomické reality podnikatele," vysvětlila Jana Jáčová.

Výrazně více než v minulosti se řeší také náklady spojené s prací na home office. Po pandemii se práce z domova stala běžnou součástí podnikání a mnoho OSVČ si začalo uplatňovat část nákladů na bydlení, energie, internet, elektroniku nebo kancelářské vybavení. Právě zde ale často vznikají chyby. Finanční správa se zaměřuje na situace, kdy podnikatel nedokáže prokázat, jaká část domácnosti skutečně slouží k podnikání nebo zda pořizované vybavení neslouží převážně pro osobní potřebu. Kontrolovanou oblastí bývají také dražší elektronická zařízení, mobilní telefony, tablety nebo vybavení domácí kanceláře, zejména pokud jejich využití pro podnikání není dostatečně doložitelné.

Rychle roste také zájem úřadů o digitální ekonomiku. Týká se to nejen klasických e-shopů, ale i prodejů přes marketplace platformy, online kurzů, placeného obsahu, affiliate marketingu nebo příjmů z různých digitálních služeb. Řada lidí dnes podniká částečně bokem vedle zaměstnání a často podceňuje, že i menší pravidelné příjmy z online prostředí podléhají zdanění. Finanční správa přitom získává stále více dat od samotných platforem nebo prostřednictvím mezinárodní výměny informací.


Jana Jáčová, ředitelka UOL Účetnictví


Pavel Janeček, Royal Bridge Partners

„Pod větším dohledem jsou také krátkodobé pronájmy přes platformy typu Airbnb nebo Booking. Úřady sledují nejen samotné příjmy, ale i to, zda charakter činnosti už nepřechází do podnikání se souvisejícími povinnostmi. Marketplace ekonomika navíc přináší situace, kdy podnikatelé inkasují peníze z více zemí, přes různé platební systémy a v různých měnách. Právě zde bývá účetnictví často nepřehledné a zvyšuje riziko problémů při kontrole," upozornil Pavel Janeček.

Mnoho podnikatelů dnes využívá služby jako Revolut, Wise, PayPal nebo zahraniční bankovní účty. Důvodem bývají nižší poplatky, práce v zahraničí nebo pohodlnější správa více měn. Část lidí ale stále mylně předpokládá, že zahraniční fintech služby znamenají nižší dohled finančních úřadů.

„Ve skutečnosti se mezinárodní sdílení dat mezi státy i finančními institucemi výrazně rozšířilo. Samotné využívání zahraniční platformy samozřejmě není problém. Riziko vzniká ve chvíli, kdy příjmy nejsou správně přiznány nebo když podnikatel kombinuje osobní a podnikatelské finance bez jasné evidence. Úřady se zároveň více zaměřují na neobvyklé pohyby peněz, opakované příjmy ze zahraničí nebo transakce, které neodpovídají deklarovanému rozsahu podnikání," konstatovala Jana Jáčová.

Daňové kontroly dnes stále méně fungují na principu náhody. Finanční správa využívá analytické nástroje, které automaticky vyhodnocují rizikové kombinace dat, odchylky od oborových průměrů nebo nestandardní ekonomické chování. Kontrola tak může vzniknout například kvůli dlouhodobě nízkému vykazovanému zisku při vysokých osobních výdajích, podezřele vysokým nákladům, neobvyklým zahraničním transakcím nebo nesouladu mezi fakturací a reálným fungováním podnikání.

Pro malé firmy a OSVČ tak začíná být stále důležitější nejen samotné správné zdanění příjmů, ale také schopnost jednotlivé transakce transparentně doložit a obhájit. Právě nepřehledná evidence, kombinování osobních a firemních financí nebo formálně vedené účetnictví dnes často představují větší problém než samotná chyba v daňovém přiznání. **(tz)**

Česká republika má nejnižší základní sazbu DPH ve V4,

ale patří k zemím s vyšší sníženou sazbou v regionu CEE

Většina zemí střední a východní Evropy v posledních letech přistoupila k postupnému zvyšování základních sazeb DPH a k omezování rozsahu snížených sazeb. Česká republika si i po letošních úpravách v okolních státech zachovává standardní sazbu DPH ve výši 21 %, která je v rámci zemí V4 aktuálně nejnižší. Naopak tuzemská snížená sazba 12 % zůstává v rámci V4 nad úrovní hlavních snížených sazeb v Polsku a Maďarsku a v rámci sledovaného vzorku 25 zemí střední a východní Evropy a střední Asie patří k vyšším sníženým sazbám. Vyplývá to z aktuální studie CEE Tax Guide 2026 poradenské společnosti Forvis Mazars.

V rámci V4 došlo v období 2025–2026 k dalšímu sbližování výše základních sazeb. Maďarsko si zachovává nejvyšší standardní sazbu 27 %, Polsko uplatňuje sazbu 23 % a Slovensko už v loňském roce zvýšilo základní sazbu na 23 %. Česká republika tak se svou 21% standardní sazbou představuje zemi s nejnižším základním zdaněním spotřeby v rámci V4, byť stále nad úrovní některých západoevropských států (sazba 19 % platí například v Německu).

Zcela odlišný obrázek však studie ukazuje u snížených sazeb. Česká republika i nadále uplatňuje jedinou sníženou sazbu ve výši 12 %, která se vztahuje například na potraviny, zdravotnické zboží a léčiva, ubytovací a stravovací služby, veřejnou dopravu, teplo, kulturní a sportovní akce či některé tiskoviny. Ostatní státy V4 přitom nadále kombinují více nižších sazeb – Polsko uplatňuje snížené sazby 8 % a 5 %, Maďarsko sazby 18 % a 5 %. Na Slovensku vedle základní sazby platí i „mezisazba" 19 % pro široký okruh zboží a služeb a nejnižší 5% sazba pro vybrané základní komodity. „Z fiskálního pohledu je zajímavé, že Česká republika má v rámci V4 nejvyšší jednotnou sníženou sazbu, zatímco sousední země využívají kombinaci více nižších sazeb pro široké spektrum základního zboží a služeb," komentoval situaci v rámci V4 senior manažer daňového oddělení Forvis Mazars v České republice Petr Drahoš.

Studie Forvis Mazars zároveň potvrzuje, že Česká republika si udržuje obdobné nastavení dalších klíčových parametrů DPH jako sousední země. Všechny státy V4 umožňují propojeným společnostem využít režim skupinové DPH registrace, který je však v rámci 25 zkoumaných států stále spíše výjimkou. Tři ze čtyř států V4 umožňují malým podnikatelům/podnikům vyhnout se povinné registraci k DPH. V tuzemsku platná prahová hodnota pro povinnou registraci k DPH činí dva milióny korun ročně, přičemž při překročení hranice 2 536 500 Kč vzniká plátcovství bez odkladu. V Polsku a na Slovensku toto zjednodušení platí také, ale prahové limity jsou nižší (50 000 eur na Slovensku a 240 000 pln v Polsku). Maďarsko žádnou minimální hranici pro registraci k DPH nemá.

Při pohledu na širší region CEE studie zaznamenává v roce 2026 růst základních sazeb DPH u několika států. Rumunsko zvýšilo svou základní sazbu z 19 % na 21 % a současně sloučilo dosavadní snížené sazby 5 % a 9 % do jednotné 11% sazby. Část zboží a služeb, která dříve profitovala ze snížených sazeb (například fotovoltaické systémy), přešla do standardního pásma. Estonsko navýšilo základní sazbu z 22 % na 24 %. V Litvě došlo ke zvýšení obecné snížené sazby daně z 9 % na 12 %, přesunu některých komodit (například tepla pro domácnosti) do základní 21% sazby a přeřazení knih do nižší 5% sazby. Nejvýraznější nominální nárůst zaznamenal Kazachstán, kde standardní sazba vzrostla z 12 % na 16 %.

„V řadě zemí regionu dochází k postupnému omezování rozsahu snížených sazeb a k přesunu části zboží a služeb do základního pásma. Nejde jen o snahu zvýšit daňové výnosy, ale také o zjednodušení systému a omezení prostoru pro chybnou aplikaci nebo zneužívání snížených sazeb," dodal Petr Drahoš.

Další oblastí, kde se rozdíly mezi jednotlivými státy prohlubují, je digitální správa DPH. Maďarsko rozvíjí systém eVAT, v jehož rámci daňová správa na základě online reportingu faktur připravuje plátcům předvyplněná DPH přiznání, a od konce roku 2025 postupně zavádí plně elektronické účtenky. Chorvatsko od roku 2026 spouští systém Fiscalization 2.0 s povinným vystavováním strukturovaných efaktur v reálném čase. V Polsku se stal od 1. dubna 2026 pro všechny polské plátce DPH povinným systém elektronické fakturace (tzv. KSeF), který vyžaduje, aby podnikatelé v sektoru B2B přijímali a uchovávali strukturované elektronické faktury prostřednictvím centralizované platformy spravované polským ministerstvem financí. Rumunsko rozšiřuje povinné efaktury i na B2C transakce a současně dokončilo implementaci standardizovaného auditního souboru pro daňové účely (SAFT) pro všechny kategorie plátců.

„Výše a počet sazeb DPH jsou jen jednou částí obrazu. Pro srovnání reálného zatížení spotřeby, konkurenceschopnosti a administrativní zátěže podnikatelů je rozhodující, jaké konkrétní druhy zboží a služeb do jednotlivých sazeb spadají, jak jsou nastavené limity pro povinnost registrace k DPH a jak efektivně funguje digitální správa daně," uzavřel Petr Drahoš. **(tz)**

Do pěti let chce JPF Czech řídit tisíc firem, pomůže AI

JPF Czech chce v příštích pěti letech výrazně rozšířit počet firem, které její interim manažeři pomáhají řídit. Ambiciózní plán počítá až s tisícovkou firem. Klíčem k růstu nemá být jen posilování týmu, ale i vlastní AI řešení pro personalistiku a řízení znalostí. Z toho důvodu vznikla spolupráce mezi JPF Czech a firmou RTM Labs, která vyvinula řešení Maxteam AI. Nový systém zvládne vést až tisíc vstupních pohovorů současně, zkrátit vstupní screening až o 80 % času a firmám ušetřit až 80 % nákladů na nábor jednoho zaměstnance.

České firmy dnes často narážejí na limity tradičního náboru. Nábor je pomalý, administrativně náročný a ve většině podniků stojí na kombinaci inzertních portálů, e-mailů, excelových tabulek a roztříštěných systémů. „Když jsme si spočítali, kolik pohovorů bychom museli zvládnout, vyšlo nám číslo v řádu tisíců. To znamená několik pohovorů denně, včetně víkendů. V tu chvíli je jasné, že ten model není dlouhodobě udržitelný," popsal Zbyněk Vácha, regionální ředitel JPF Czech. Právě tato zkušenost vedla ke spolupráci na vývoji vlastního AI řešení, které má celý proces zásadně změnit.

Hlavní rozdíl přichází hned na začátku. Uchazeč už nečeká na reakci personalisty, ale rovnou vstupuje do online rozhovoru s AI avatarem. „V odkazu na pozici už není jen formulář, ale rovnou pozvánka na online pohovor. Kandidát projde základním ověřením a nám okamžitě vznikne kompletní výstup, co řekl, jaké má silné a slabé stránky a jestli dává smysl pokračovat dál," vysvětlil Zbyněk Vácha. Systém následně kandidáta provází dalšími kroky a každou fázi průběžně vyhodnocuje. „Každý krok zpřesňuje, jestli to, co člověk říká, odpovídá realitě. Osobnostní dotazníky, case studies i další ověření postupně skládají reálný obraz kandidáta," doplnil Zbyněk Vácha.

Od začátku letošního roku systémem podle firmy úspěšně prošlo už více než 500 kandidátů a přesnost vyhodnocení dosahuje 87 %. Zároveň se systém sám učí, a tak se přesnost vyhodnocení neustále zvyšuje s každým dalším pohovorem. „Technologie sama o sobě firmu nespasí. Smysl má teprve ve chvíli, kdy uvolní lidem ruce pro důležitější práci. V personalistice to platí dvojnásob, uvolňují se kapacity pro péči o zaměstnance, rozvoj, vzdělávání," doplnil Zbyněk Vácha.

Jedním z hlavních přínosů je podle JPF odstranění roztříštěnosti. „Dnes standardně pracujete s inzerátem, e-maily, Teamiem, kalendáři a tabulkami. My jsme ten proces sloučili do jednoho systému, kde jedním klikem řídíte celý nábor od prvního kontaktu přes smlouvu až po životní cyklus zaměstnance," řekl Zbyněk Vácha.

Vedle náboru systém sleduje i další životní cyklus zaměstnance ve firmě. „To, co dnes firmy často vedou v excelu, tedy historie člověka, projekty, školení nebo rozvoj, máme jako přirozenou součást systému," popsal.

JPF zároveň upozorňuje na často přehlížený problém. „Firmy říkají, že nemají lidi. Ale když už někoho získají, často se o něj nestarají. Člověk pak po dvou týdnech odchází, protože se mu nikdo nevěnuje. To je extrémně drahý problém," podotkl Zbyněk Vácha. Právě tady má AI podle něj zásadní roli. „Personalistika nemá být o hledání lidí, ale o péči o ně. Pokud AI převezme rutinu, vznikne prostor dělat tuhle práci konečně dobře," dodal. Zásadní message celého řešení není technologická, ale strategická. „AI nám nevezme práci. Dá nám čas. A otázka je, jestli ho využijeme chytře, nebo ho promarníme," komentoval Zbyněk Vácha. Podle něj dnes firmy často AI využívají jen povrchně. „Většina firem je dnes ve fázi nadšení, ale bez koncepce. Používají AI ad hoc, bez jasného přínosu. To je největší problém," upozornil.


foto Pixabay

Důležitým prvkem je i práce s daty. „Celý systém běží v uzavřeném prostředí na vlastních serverech. Máme vysokou úroveň zabezpečení dat, což je pro firmy často zásadní otázka," vysvětlil Zbyněk Vácha. Servery jsou umístěné v Helsinkách a Stuttgartu, a firma drží plnou kontrolu nad citlivými daty. JPF zároveň zdůrazňuje, že klíčová není jen technologie, ale i přístup k lidem. „Všichni si myslí, že hledáme hlavně zkušenosti a kompetence. Ano, jsou důležité, ale ve skutečnosti stejně tak hledáme povahové a hodnotové nastavení. To je to, co rozhoduje," uzavřel Zbyněk Vácha. **(tz)**

Časté chyby v pracovních smlouvách

Zpracování pracovních smluv v období moderních pracovních podmínek se ukazuje jako klíčové, avšak mnozí zaměstnavatelé a personalisté se stále dopouštějí významných chyb. Do smluv dávají ustanovení, která tam být nemusí, používají staré vzory s mlčenlivostí o mzdě nebo míchají pracovní smlouvu s GDPR souhlasem. Výsledkem jsou dodatky navíc, nejistota při změnách i riziko pokuty.

Podle § 34 odst. 1 zákoníku práce je nezbytné, aby pracovní smlouvy obsahovaly údaje o druhu práce, místu výkonu a datu nástupu. „Zaměstnavatelé by měli být velmi pozorní vůči důležitosti zahrnutí těchto náležitostí, neboť to je klíčové pro vznik právního vztahu a následné fungování pracovního poměru," řekl Michal Španěl, analytik pracovního portálu JenPráce.cz. I přesto se však pracovní smlouvy často rozrůstají do rozsáhlých dokumentů, které zahrnují další ujednání. Tato praxe, ačkoliv může na první pohled vypadat jako standardní, může vést k problémům, zejména pokud dojde k potřebě změn během trvání pracovního poměru.


foto Pixabay

Proč zbytečně nezahlcovat dokument detaily

Pracovní smlouva je dohoda mezi zaměstnavatelem a zaměstnancem. Pokud se do ní vloží příliš mnoho detailů, každá pozdější změna může znamenat nutnost dodatku a souhlasu obou stran. „Firmy si tím často přidávají administrativu, které se dá předejít jednodušší strukturou dokumentů," upozornil Michal Španěl.

Zákoník práce zároveň počítá s tím, že ne všechny informace musí být přímo v pracovní smlouvě. Pokud smlouva neobsahuje údaje o právech a povinnostech vyplývajících z pracovního poměru, zaměstnavatel o nich musí zaměstnance písemně informovat nejpozději do sedmi dnů od vzniku pracovního poměru. Patří sem například bližší označení práce a místa výkonu, informace o dovolené, zkušební době, pracovní době, mzdě, výplatním termínu nebo kolektivních smlouvách.

Omezení mlčenlivosti o výši mzdy

Zatímco dříve byla běžnou praxí doložka o mlčenlivosti ohledně výše mzdy, dnes to podle § 346a zákoníku práce již není povoleno. Zaměstnavatelé nesmí omezovat zaměstnance ve sdílení informací o jejich mzdě, a porušení tohoto zákazu může vést k pokutě až 400 000 Kč. „Zaměstnanci by měli mít právo otevřeně hovořit o výši svých mezd. Otevřenost v tomto ohledu je důležitá pro prevenci diskriminace a transparentnost na pracovišti," konstatoval Michal Španěl.

Nadbytečné souhlasy se zpracováním osobních údajů

Dalším častým problémem v pracovních smlouvách je vyžadování souhlasů se zpracováním osobních údajů, což je v drtivé většině případů chybné. Zaměstnavatelé by měli mít na paměti, že většina údajů, které zpracovávají, je nezbytná pro plnění právních povinností a k výkonu pracovní činnosti. „Vyžadování souhlasu se zpracováním osobních údajů může být nejen matoucí, ale také protiprávní. Zaměstnavatelé by se měli vyhnout přehnanému formalizmu a soustředit se na to, co skutečně potřebují," uvedl Michal Španěl. „Nejčastější chyba, kterou vidíme, je souhlas se zpracováním osobních údajů přímo v těle pracovní smlouvy. Takový souhlas je ze své podstaty neplatný – zaměstnanec jej nepodepisuje svobodně, protože je v podřízeném postavení. Správně má být souhlas vždy samostatný dokument, a navíc je potřeba ho vyžadovat jen ve výjimečných případech – například pro zpracování fotografie nebo kamerových záznamů pro propagaci firmy," dodal Michal Španěl.

Práce na dálku

Samostatnou pozornost si zaslouží také práce na dálku. Home office už není jen neformální benefit, který se vyřeší krátkou poznámkou ve smlouvě nebo ústní domluvou s nadřízeným. Pokud zaměstnanec pracuje pravidelně mimo pracoviště zaměstnavatele, doporučuje se, aby k tomu firma měla jasně nastavenou písemnou dohodu. Ta má řešit zejména místo výkonu práce, způsob komunikace, evidenci pracovní doby, dostupnost zaměstnance, ochranu dat, bezpečnost práce a pravidla pro ukončení práce na dálku.

„U práce na dálku dnes firmy často narážejí na to, že mají režim domluvený prakticky, ale ne smluvně. Manažer počítá s jedním výkladem, zaměstnanec s druhým a HR pak zpětně řeší, co vlastně platí. Právě proto dává smysl oddělit základní pracovní smlouvu od samostatné dohody o práci na dálku. Smlouva drží základ pracovního poměru, dohoda o home office řeší konkrétní režim, který se v čase přirozeně mění," řekl Michal Španěl. Za neuzavření písemné dohody o práci na dálku pak hrozí pokuta až 300 000 Kč.

Zkušební doba

Firmy si mají zkontrolovat také ustanovení o zkušební době. Po flexinovele zákoníku práce platí od 1. června 2025 delší maximální limity: u běžných zaměstnanců až čtyři měsíce, u vedoucích zaměstnanců až osm měsíců. U pracovního poměru na dobu určitou ale dál platí důležité omezení. Zkušební doba nesmí být delší než polovina sjednané doby trvání pracovního poměru. Nestačí tedy jen přepsat starý vzor a automaticky doplnit delší lhůtu. „Zkušební doba je typický příklad ustanovení, které ve smlouvách často zůstává ze starých vzorů. Personalista musí zkontrolovat nejen délku zkušební doby, ale i to, pro jaký typ zaměstnance a jaký pracovní poměr ji sjednává. Jinak se snadno stane, že smlouva formálně vypadá správně, ale konkrétní ujednání neodpovídá zákonným limitům. U smluv uzavíraných v roce 2026 už nedává smysl spoléhat na vzory, které vznikly před flexinovelou," upozornil Michal Španěl. **(tz)**

Organické fasády jako nový standard domů RD Rýmařov

Cementovým fasádám odzvonilo. Od letošního května se veškeré domy RD Rýmařov dodávají s organickou fasádou, která přináší řadu benefitů, včetně vyšší odolnosti a delší životnosti barevné úpravy povrchu.



V RD Rýmařov používají organické fasády značky Sto. Pojivem jsou v tomto případě místo cementu výhradně syntetické pryskyřice, které omítkám propůjčují jedinečné vlastnosti. Vyznačují se větší odolností nejen proti mechanickému poškození, ale také vůči povětrnostním vlivům, jako je UV záření, mráz nebo déšť, a také vůči znečištění způsobenému ulpíváním kapek vody a prachu. Povrch domu se snáze udržuje a souběžně s tím je zde menší riziko vzniku výkvětu než v případě cementových omítek.

„Každý dům přirozeně pracuje v důsledku působení tepla či vlhkosti, ať už jde o zděnou stavbu, nebo dřevostavbu. Organická fasáda je pružnější a přizpůsobivější než ta tradiční cementová, proto pomáhá snižovat pravděpodobnost vzniku vlasových prasklin. V případě dřevostaveb je také důležitá její nižší nasákavost, která pomáhá lépe ochránit plášť budovy před vlhkostí. Pro dřevostavby tak představuje ideální řešení, které jsme zvolili s ohledem na odolnost i vzhledem k nižším nárokům na budoucí opravy či renovace," přiblížil Vít Borovička, výrobní ředitel RD Rýmařov.

Organická omítka dává rovněž mnohem širší kreativní možnosti, jak experimentovat s designem domu. Umožňuje využití nejen větší škály barev, ale také struktur. Mimo to pomáhá při správné aplikaci a údržbě uchovat stálost barevných odstínů, tudíž si fasáda dřevostavby udržuje vzhled jako nový po delší dobu, než tomu bývá u cementové klasiky.

RD Rýmařov začal ve výrobě organické fasády aplikovat 5. května letošního roku. První dům s fasádou Sto dorazil na staveniště už 18. května a zákazníkovi byl předán k užívání 5. června. O fasádu se nemusí pečovat žádným speciálním způsobem. Postačí pouze občasná vizuální kontrola a případné omytí po několika letech provozu stavby.

V případě organických fasád Sto odpadá míchání sypké směsi s vodou, jelikož se materiály dodávají již namíchané v silech. Ve výrobě se na rozdíl od cementových omítek budou nanášet strojně.

„Tato inovace je velkým krokem k lepšímu, a to pro zákazníka i pro náš výrobní závod. Proces aplikace fasády je rychlejší a fyzicky méně náročný. Souběžně se díky dodávkám již připraveného materiálu eliminují odpady," komentoval Vít Borovička.

RD Rýmařov s. r. o. je lídrem českého trhu s dřevostavbami a významným evropským dodavatelem montovaných domů. S historií přesahující 55 let a více než 26 000 realizovanými stavbami je společnost synonymem pro kvalitu, rychlost a technologickou vyspělost v oblasti moderního bydlení.

Její aktivity pokrývají kompletní životní cyklus stavby: od vlastního vývoje a průmyslové výroby vysoce přesných stěnových panelů na automatizovaných linkách přes realizaci individuálních rodinných domů a typových projektů (např. oblíbených řad Bungalov, Klasik, Family či Kubis) až po rozsáhlé rezidenční developerské celky a bytové domy.

RD Rýmařov je součástí investiční skupiny Progresus, což umožňuje propojovat tradiční řemeslo s atraktivními investičními příležitostmi a udržitelným rozvojem.

I přes svůj evropský dosah a moderní směřování zůstává RD Rýmařov hrdou rýmařovskou firmou. Se svými silnými regionálními kořeny v podhůří Jeseníků je jedním z největších zaměstnavatelů v kraji a aktivně podporuje místní komunitu, školství i rozvoj infrastruktury. Staví na práci generací zdejších odborníků, jejichž zkušenosti přenáší do dřevostaveb pro 21. století. **(tz)**

Proč z bonusu často zbude méně, než zaměstnanci čekají

Léto bývá obdobím, kdy řada firem vyplácí mimořádné odměny. Někde jde o bonus za výsledky za první pololetí, jinde o motivační příspěvek před dovolenou nebo mimořádnou odměnu za úspěšně dokončené projekty. Právě teď ale mzdové účetní pravidelně odpovídají na stejnou otázku: Proč mi na účet přišlo méně, než jsem očekával?

Důvod většinou není v chybě zaměstnavatele ani účetní. Zaměstnanci často vycházejí z hrubé částky odměny, ale zapomínají, že mimořádné bonusy podléhají stejným pravidlům jako běžná mzda. „Pokud zaměstnavatel oznámí mimořádnou odměnu například ve výši 20 000 Kč, řada lidí automaticky počítá s tím, že právě tolik dostane. Ve skutečnosti jde o hrubou mzdu. Stejně jako běžný výdělek podléhá i mimořádná odměna odvodům na sociální a zdravotní pojištění i dani z příjmů. Výsledná čistá částka proto může být o několik tisíc korun nižší. Největší překvapení bývá u zaměstnanců, kteří mimořádné bonusy dostávají jen výjimečně a s fungováním mzdových odvodů se běžně nesetkávají," řekla Jana Jáčová, ředitelka UOL Účetnictví.

Není výjimkou, že zaměstnanci po výplatě kontaktují personální nebo mzdové oddělení s tím, že jim část odměny chybí. Ve většině případů jde ale pouze o rozdíl mezi očekáváním a skutečným výpočtem mzdy. Mzdová účetní při zpracování výplaty postupuje podle stejných pravidel jako u běžné mzdy. Bonus není samostatnou kategorií, která by měla jiné zdanění nebo výhodnější odvody.

„Mimořádná odměna se nestává jedinou položkou výplatní pásky. V jednom měsíci se může kombinovat s přesčasy, příplatky za práci o víkendech nebo ve svátek, náhradami mzdy či dovolenou, během které nemusí být nárok na variabilní složku mzdy, nebo nemocenskou. Právě proto bývá letní výplatní páska často složitější než během zbytku roku. Zaměstnanec pak obtížně rozlišuje, která část příjmu připadá na odměnu a která na ostatní mzdové složky," upozornila Anna Kevorkyan, CEO pracovního portálu JenPráce.cz.

Častým zdrojem nedorozumění bývá i porovnávání výplat mezi kolegy. Přestože oba zaměstnanci obdrželi stejnou mimořádnou odměnu, výsledná čistá částka nemusí být totožná. Výši čisté mzdy ovlivňuje celá řada individuálních okolností. Roli hrají například uplatňované daňové slevy, daňové zvýhodnění na děti, exekuční srážky, insolvence nebo jiné zákonné srážky ze mzdy. Dva zaměstnanci se stejnou hrubou mzdou tak mohou obdržet rozdílnou částku na účet.

„Mimořádné odměny jsou příležitostí podívat se podrobněji na vlastní výplatní pásku. Přestože ji zaměstnanci dostávají každý měsíc, mnoho z nich jednotlivým položkám nerozumí a kontrolují pouze konečnou částku. Základní orientace ve výplatní pásce přitom pomáhá lépe pochopit nejen způsob výpočtu bonusů, ale i dovolené, příplatků nebo náhrad mzdy. Díky tomu lze snadněji odhalit případnou chybu a zároveň předejít zbytečným nedorozuměním," řekla Jana Jáčová.

„Mimořádná odměna je vždy příjemným finančním přilepšením. Pokud ale zaměstnanci počítají s celou oznámenou částkou, bývá výsledná výplata často zklamáním. Ne proto, že by zaměstnavatel vyplatil méně, ale proto, že bonus podléhá stejným zákonným pravidlům jako běžná mzda. Ještě před výplatou se proto vyplatí zjistit, zda zaměstnavatel uvádí hrubou, nebo čistou částku odměny a jak se bonus promítne do celkové mzdy. Krátké vysvětlení od mzdové účetní může předejít zbytečným otázkám i nedorozuměním, ať se z motivace nestane demotivace," dodala Anna Kevorkyan z JenPráce.cz. **(tz)**

INZERCE



Za špatně namontovaná okna zaplatíte dvakrát

Kupujete nová okna a vybíráte kvalitní, aby vám hodně izolovala a vy ušetřili... Víte, že sebelepší okna znehodnotí špatná montáž? Víte, že montovat má ten, kdo vyrábí? Víte, že dopředu vám má říct, jak to bude dělat? Nenechte se odbýt, protože jinak platíte dvakrát!



Na českém trhu bohužel stále existuje řada firem, které slibují kompletní dodávku oken, včetně montáže. Realita ale vypadá jinak: firma v lepším případě okna pouze vyrábí, v tom horším je jen přeprodává a montáž pak předá cizí firmě. Investor nic netuší, avšak jen do chvíle, kdy se objeví problém. „Pokud montáž neprovádí tým, který je přímo provázán s výrobcem a pracuje podle jeho postupů, může se stát, že každý nese odpovědnost jen za svou část. A právě zde vzniká velká slabina celého procesu, protože výrobce a montážník si takzvaně nevidí pod ruce. Výrobce nemá jak zkontrolovat, zda řemeslník při montáži používá správný technologický postup odpovídající zvolenému profilu a typu výstavby. Montážník zase nemusí znát specifika konkrétního okenního systému nebo mít správné materiály. Nejvíce to pocítí vždy investor, protože špatně namontované okno je v podstatě znehodnocené," komentoval Tomáš Sysel, představitel nezávislého Institutu zdravého bydlení, a dodal: „Je logické, že pokud okna instaluje přímo výrobce, své produkty dobře zná a je schopen zvolit odpovídající technologii montáže. A samozřejmě si za vše ručí v rámci jedné kvality."

Reklamace oken jako horký brambor

Chybná montáž se dříve nebo později vždy projeví a pro majitele nastává nepříjemná fáze reklamace a dokazování. „Často pak vznikají konfliktní situace kvůli nejasné odpovědnosti mezi všemi stranami. Výrobce může argumentovat tím, že problém nastal nesprávnou instalací. Montážník naopak může tvrdit, že okno mělo výrobní vadu. Majitel je postaven takříkajíc mezi mlýnské kameny a místo slibované úsporné a zdravé domácnosti řeší právnické kličky a hádky o viníka. V praxi mu často nezbývá nic jiného, než nákladnou opravu zaplatit z vlastní kapsy – tedy doplácet na investici, která měla být základem dlouhodobě funkčního a udržitelného bydlení," řekl Tomáš Sysel z IZB. Situaci navíc značně ztěžuje fakt, že jakmile se dokončí omítka kolem oken, je velmi obtížné najít místo, kde problém vzniká, a vše je spojeno se značnou finanční investicí.

Kde se nejčastěji chybuje

Špatně namontované okno často běžný uživatel sám na první pohled nepozná, ale rozhodně je už první zimu pocítí na vlastní kůži. Nedostatečně utěsněnou mezerou mezi rámem okna a zdí, tak zvanou připojovací spárou v ostění okna, dovnitř prochází nechtěný studený vzduch. Obyvatelé pak mají pocit, že od oken jde zima, i když jsou zavřená. V krajních případech může na nadměrný únik tepla poukazovat také to, že je stěna těsně kolem oken výrazně studenější než ve zbytku místnosti. Pak se musí více topit a spotřeba energií roste. Na chladných površích se také sráží vzdušná vlhkost, což přispívá k rosení oken, na ostění se mohou tvořit mokré mapy a poškozovat omítku.

Vlhké prostředí rovněž vytváří ideální živnou půdu pro výskyt plísní, které mohou poškozovat stavební konstrukce a degradovat jejich vlastnosti. Ještě nebezpečnější je skrytá plíseň uvnitř připojovací spáry, kde o ní vůbec nevíme.



S nesprávnou montáží souvisí také horší izolace zvuku. „Například speciální zvukově izolační okna vyžadují specifické vyplnění připojovací spáry, aby dokázala správně tlumit hluk z okolí. Pokud je bude montovat jiná firma, než která je vyráběla, nemusí se k ní požadavek na vyšší akustickou izolaci dostat. Okna pak nebudou schopna správně plnit svůj účel," doplnil Ing. Pavel Kašpar, manažer technického vývoje společnosti VEKRA, největšího českého dodavatele oken a stínění na klíč.

Montážní pěna nestačí

K vyplnění připojovací spáry se používá montážní pěna, která po aplikaci nabyde na objemu a prostor kompletně vyplní. Slouží zde především jako tepelný izolant – zabraňuje proudění vzduchu a přispívá ke snížení tepelných ztrát. „Odpovědní dodavatelé si montážní pěnu dobře vybírají, důležitou roli hraje i správná technologie jejího zpracování. Avšak samotná montážní pěna nestačí. Je totiž poškozována působením vnějších povětrnostních vlivů, včetně náporového deště a vlhkostí z interiéru. Proto by měly být součástí dodávky oken i speciální fólie, které montážní pěnu v připojovací spáře uzavřou a ochrání před nepříznivými vlivy. Tyto fólie se osazují na rám okna již při montáži oken, takže montážní pěna je po nalepení fólií na ostění ihned chráněna proti vlivům povětrnosti, zejména UV záření ze sluníčka a vlhkosti z interiéru," vysvětlil Ing. Lukáš Kulhavý, manažer společnosti INVA, dodavatele výrobků SOUDAL. Přesto tuto ochranu mnoho dodavatelů oken stále podceňuje a z důvodu snahy snížit cenu zakázky ji často vynechává, čímž se výrazně snižuje účinnost izolace.

Na stavbách se lze dodnes setkat s častou chybou, kdy se u nově usazených oken nechá dlouhodobě odhalená montážní pěna. Ta pak vlivem povětrnosti rychle ztrácí svoje izolační schopnosti. Pokud pěna po čase změní barvu na sytě oranžovou či se začne drolit a praskat, je to jasné znamení, že je poškozená a přišla o svoje izolační vlastnosti. Nestačí ani to, když se pouze omítne – většina omítkových materiálů je poměrně porézní, takže bez dostatečné ochrany pěna degraduje dál i pod hotovou fasádou. „Správná montáž se dnes už vůbec neobejde bez krycích fólií. Z vnitřní strany se používá parotěsná fólie, která zabraňuje průniku vzdušné vlhkosti z interiéru do připojovací spáry, a tedy i do montážní pěny. Vnější paropropustná fólie naopak umožňuje odvětrat případnou zabudovanou vlhkost z připojovací spáry ven, ale zároveň je vodotěsná a brání srážkové vodě dostat se dovnitř," popsal Ing. Pavel Kašpar ze společnosti VEKRA.

Nenechte problémy na vaší straně

Jak se spolehlivě vyhnout komplikacím s nejistou a neprofesionální montáží oken? Řešení je nasnadě: okna pořizujte jako službu na klíč od firmy, která se postará o výrobu, montáž i servis a vše zajistí jednotnou zárukou. Vybraného dodavatele si důkladně prověřte a dopředu se ptejte, co vše je součástí realizace oken.

- **Ověřte si, kdo bude okna montovat** – Už při výběru dodavatele oken se zajímejte, zda dokáže zajistit také profesionální instalaci a jestli má vlastní proškolené montážní party.
- **Chtějte znát průběh montáže** – Ještě před podpisem smlouvy si nechte vysvětlit, jak bude instalace probíhat a jaké technologické postupy firma používá. Pokud vám cena přijde až příliš nízká, zkontrolujte podrobně, jaké materiály a služby jsou do instalace zahrnuty – někdy totiž malá částka znamená kompromis v kvalitě pěny nebo použitých izolačních prvcích.
- **Zjistěte si podmínky záruky** – Dodávku oken, včetně montáže, by měla krýt komplexní záruka. Její délka může napovědět, jak moc výrobce svým oknům věří a s jakou životností u nich počítá. Výrobci, kteří zodpovídají za kompletní realizaci, si pak mohou dovolit poskytnout dvacetiletou záruku.

Kvalita oken jednoduše nekončí u rámu a skla, ale rozhoduje o ní také instalace. Proto se vyplatí myslet na montáž stejně důsledně jako na samotný výběr – jinak se může stát, že kýžené úspory doslova vyletí oknem. **(tz)**

Dejte PIR a hned je chladněji!

Dusno, bezesné noci, vysoké účty za klimatizaci... Proměnila letní horka vaše podkroví v nežádoucí saunu? Možná není problém v počasí, ale ve vaší střeše, jejíž izolace už dnešním nárokům jednoduše nestačí.

„Řada střech zateplených podle dřívějších standardů už bohužel nevyhovuje současným tepelně technickým požadavkům a interiér pod nimi se snadno přehřívá. Dobrou zprávou ale je, že vyššího komfortu u vás doma můžete dosáhnout během několika dní, a to dokonce bez zásahů do interiéru," potvrdil Ing. Martin Link, technik společnosti puren, výrobce izolačních materiálů, a pokračoval: „Často totiž stačí sundat střešní krytinu a doplnit nadkrokevní izolaci z PIR desek a střechu znovu zakrýt. Konstrukci střechy přitom není potřeba výrazně navyšovat, protože díky velmi nízké tepelné vodivosti dosahují PIR desky vysokého izolačního účinku již při menší tloušťce ve srovnání s běžnými izolačními materiály. Vyrábějí se od tloušťky 8 cm."

Samotné rekonstrukci střechy by vždy mělo předcházet její odborné posouzení, a to především stavu parozábrany i vhodné tloušťky nové izolace, aby vše správně fungovalo. A výsledek? Pár centimetrů navíc na střeše může znamenat nižší teplotu v interiéru – a v zimě navíc i nižší účty za vytápění. **(tz)**

www.puren.cz



Nákupy přes sociální sítě meziročně vzrostly o čtvrtinu

Na Instagramu nebo TikToku už nakupuje čtvrtina Čechů. Pro 39 % mladých lidí do 27 let má navíc doporučení od influencerů větší váhu než klasická reklama, vyplývá z nového průzkumu finančně technologické společnosti Adyen.


foto Pixabay

Ještě loni nakupovala na sociálních sítích pětina Čechů, letos na nich již nakupuje každý čtvrtý. Zájem o tento typ nákupů se přitom mírně zvýšil i napříč generacemi. Nejčastěji přes sociální sítě dál nakupuje generace Z (16–27 let), u níž podíl meziročně vzrostl z 36 % na 38 %. U mileniálů (28–43 let) byl nárůst mírnější, z 26 % na 27 %. Nákupy na sociálních sítích ale postupně přestávají být výsadou nejmladších – čím dál častěji je objevují i starší generace. Mezi baby boomers, tedy lidmi ve věku od 60 do 78 let, podíl nakupujících meziročně vzrostl z 12 % na 15 %. Nejde přitom o ojedinělé nákupy. Lidé, kteří na sociálních sítích nakupují aktivně, udělají v průměru čtyři objednávky měsíčně. Téměř 69 % z nich je přitom ochotno zaplatit za jeden takový nákup do 3000 Kč.

„Propojení sociálních sítí s přímým placením představuje pro obchodníky obrovský finanční potenciál. Pokud nákup neproběhne plynule, prodejce riskuje, že přijde o téměř dokončený obchod. Odstraněním těchto bariér mohou firmy snadno přeměnit okamžitý zájem na reálné tržby," vysvětlil Matouš Michněvič, regionální ředitel pro střední a východní Evropu ve společnosti Adyen.

Sociální sítě dnes pro lidi fungují jako jeden z hlavních zdrojů inspirace. Téměř 37 % Čechů si spíše koupí věc, kterou doporučují jejich známí, influenceři nebo celebrity. Doporučením od tvůrců na internetu dnes věří více než klasické reklamě pětina dotázaných.

Přestože je chuť nakupovat na sociálních sítích vysoká, rozhodující bývá jednoduchost samotného placení. Pokud zákazník narazí na nutnost přepisovat údaje nebo opustit aplikaci, rychle ztrácí zájem. Necelých 34 % Čechů uvádí, že by u své oblíbené značky utrácela častěji, kdyby jim prodejce dovolil bezpečně zaplatit přímo v aplikaci.

„Na sociálních sítích se dnes lidé setkávají s obrovským množstvím obsahu a nabídek. Rozhodují se ve vteřinách a často jednají zcela impulzivně. Proto je rychlost naprosto klíčová. Dnešní technologie umějí celou platbu vyřídit bezpečně na pozadí, aniž zákazník musí Instagram nebo TikTok vůbec zavřít. Prodejci, kteří nabídnou rychlé a jednoduché placení, získají obrovskou výhodu," sdělil Matouš Michněvič. **(tz)**

Udržitelnost

V Česku se udržitelnost posouvá od uhlíku k energiím a nákladům

Český přístup k udržitelnosti ve stavebnictví zůstává výrazně pragmatický. Debata se stále více posouvá od obecné otázky „proč být udržitelný" ke konkrétnímu hledání toho, jak udržitelná řešení realizovat, provozovat a financovat. Vyplývá to z výsledků aktuálního mezinárodního Barometru udržitelné výstavby 2026, který pravidelně realizuje Skupina Saint-Gobain. V mezinárodním srovnání se Česká republika profiluje jako trh, který klade důraz především na funkčnost, provozní realitu a ekonomickou návratnost, naopak aspekty adaptace na klimatická rizika či podpory zdraví a pohody obyvatel u nás zůstávají spíše na chvostu zájmu.

Zatímco na globální úrovni zůstává uhlíková stopa jedním z hlavních témat, v českém prostředí její význam ustupuje otázkám energií a nákladů. Udržitelná výstavba je v Česku nejčastěji spojována s energetickou efektivitou budov, využíváním obnovitelných nebo bezuhlíkových energií a snižováním provozních nákladů. Využití nízkoemisních energií uvádějí jako prioritu téměř tři čtvrtiny respondentů (74 %), podobně jako energetickou účinnost budov, recyklaci materiálů a snižování uhlíkové stopy (shodně 73 %). Naopak například adaptaci budov na klimatická rizika zmiňuje jen necelá polovina zúčastněných (43 %) a zdraví a pohodu obyvatel pouze třetina (34 %).

Stále silněji však rezonují témata spojená s praktickou stránkou udržitelnosti, zejména nakládání s odpady, efektivní využívání zdrojů a jejich dlouhodobá dostupnost. Recyklace a opětovné využívání materiálů zůstávají v České republice mimořádně významným tématem. Za prioritu je považuje přibližně 67 % respondentů, a to výrazně častěji než v evropském či globálním kontextu. Právě důraz na realizovatelnost a každodenní provoz patří k nejvýraznějším specifikům českého trhu. „Český trh je v oblasti udržitelné výstavby velmi pragmatický. Rozhoduje funkčnost, dostupnost řešení a jejich dlouhodobý provozní přínos. Nejde o deklarace, ale o to, zda navržená řešení dávají smysl technicky i ekonomicky," řekl Tomáš Rosák, CEO Skupiny Saint-Gobain východní Evropa.

Barometr zároveň ukazuje proměnu v samotném vnímání udržitelnosti. Ta se stále častěji přesouvá z kategorie nejvyšší priority do roviny důležitého, avšak stabilního tématu. Rostoucí tlak na náklady zvyšuje význam udržitelnosti i pro skupiny, které ji dříve nepovažovaly za zásadní. Naopak čistě environmentální motivace u části trhu postupně slábne.

Z dat Barometru vyplývá také pokračující posilování role klíčových aktérů udržitelné výstavby. Významnou úlohu hrají soukromé firmy ve stavebnictví (37 %) a místní volení zástupci či zástupci vlády (31 %). Česká republika v tomto ohledu klade na odborné a rozhodovací profesní skupiny větší důraz než většina ostatních evropských trhů. Největší potenciál posunout udržitelnou výstavbu kupředu však respondenti přisuzují architektům a inženýrským kancelářím, které zmiňuje 59 % dotázaných. „Architekti mají v českém kontextu klíčovou roli, protože stojí na začátku celého procesu a jejich rozhodnutí zásadně ovlivňují energetickou náročnost budov, volbu materiálů i dlouhodobé provozní náklady. Data Barometru potvrzují, že udržitelnost se v Česku prosazuje především skrze konkrétní návrhová a technická řešení," doplnil Michal Široký, Sustainability Manager Skupiny Saint-Gobain.

Do popředí se také dostávají ekonomické aspekty udržitelné výstavby, zejména ceny materiálů, konkurenceschopnost řešení a transparentnost založená na datech. Pro urychlení dalšího rozvoje udržitelné výstavby považují respondenti v České republice za klíčové zlepšení konkurenceschopnosti udržitelných materiálů a produktů, které uvádí 42 % z nich. Oproti minulému roku jde o nárůst přibližně o 20 procentních bodů, který je patrný jak u odborné, tak u široké veřejnosti.

Renovace budov zůstávají dlouhodobě jedním z hlavních pilířů udržitelné výstavby a jejich význam se nemění. Současně roste potřeba vzdělávání v oblasti udržitelnosti napříč celým trhem. Zájem o inovativní řešení a biomateriály posiluje nejen mezi odborníky, ale stále výrazněji také mezi širokou veřejností, což potvrzuje dlouhodobý posun českého trhu směrem k praktičtější a ekonomicky ukotvené udržitelnosti. **(tz)**

Nezapomeňte na knihu

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

Umění rozhodnout se

Tereza Sladká



Trápí vás neschopnost učinit rozhodnutí? Strávíte hodiny vyhledáváním informací, zvažováním všech možností, a přesto zůstáváte na stejném místě? Kniha nabízí praktický návod, jak překonat rozhodovací paralýzu a získat zpět kontrolu nad svým životem. Pomocí jednoduchých, vědecky podložených technik se naučíte identifikovat příčiny své nerozhodnosti, efektivně vyhodnocovat možnosti a činit rozhodnutí s jistotou. Díky množství příkladů, cvičení a tipů zjistíte, jak se zbavit strachu z chybné volby a jak proměnit rozhodování v přirozenou součást života

Tereza Sladká působí jako poradenská psycholožka, a to převážně ve své rodné Třebíči, ale také online. Spolupracuje se školami jako školní psycholožka i externistka. Je zakladatelkou spolku TěhoDuše, kde se snaží o to, aby se psychologická podpora stala standardní součástí prenatální zdravotní péče.

Kromě práce ve spolku je popularizátorkou psychologie jako takové.

Ve své praxi kombinuje odbornou erudici s přirozeným talentem pro komunikaci, a tím si získává příznivce z široké veřejnosti.

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

Naše kavárna

Novým generálním ředitelem McDonald's pro Česko a Slovensko je Gareth Pearson

Společnost McDonald's oznámila, že od července 2026 je novým generálním ředitelem pro Česko a Slovensko Gareth Pearson. Gareth do své nové role přináší bohaté zkušenosti z oblasti provozní strategie, franšízingu a vedení lidí, které získal napříč různými trhy.

Ve své nové pozici bude Gareth Pearson zodpovědný za další rozvoj McDonald's v České republice a na Slovensku. Zaměří se především na zlepšování zákaznické zkušenosti, dlouhodobou výkonnost restaurací, rozvoj zaměstnanců a spolupráci s franšízanty, stejně jako na další rozšiřování sítě restaurací.

Sponzoring, charita, pomoc

SOS odvoz na Lipně pomohl už 77 cyklistům v nesnázích

Od loňského července mohou cyklisté v okolí Lipenské přehrady využívat bezplatnou službu, která jim pomůže v případě potíží s kolem, nebo třeba i úrazu na kole. Unikátní asistence SOS odvoz je součástí rozsáhlého cyklo konceptu KolemKolem.

„Když se vám na vyjížďce porouchá kolo, dojde energie, a to třeba i dětem, nebo vás počasí překvapí bouřkou, stačí zavolat a my zařídíme potřebné. Vloni jsme pomáhali 37 cyklistům, od začátku letošní sezóny SOS odvoz využilo už 40 cyklistů," představil rostoucí zájem o službu Jiří Gruntorád, tiskový mluvčí areálu Lipno.

Projekt SOS odvoz podpořili partneři Toyota Dolák a pojišťovna Kooperativa. Kooperativa je zároveň hlavním partnerem celého projektu KolemKolem. „Cykloasistenci nabízíme našim klientům v rámci majetkového pojištění už od roku 2021. Pozitivní zkušenosti s touto službou nás inspirovaly k zapojení i do tohoto regionálního projektu," potvrdil dlouhodobou angažovanost v rozvoji cyklistiky tiskový mluvčí pojišťovny Kooperativa Milan Káňa.

Služba SOS odvoz je ojedinělá nejenom v České republice, ale i v rámci Evropy. Je nepřetržitě dostupná v letní sezóně, konkrétně od května do září, v říjnu ji cyklisté mohou využívat o víkendech. Základem asistence je odvoz poškozeného kola, ať už do servisu, ubytování, nebo i na vlak. Následně je možné si kolo i v některém z partnerských servisů nechat opravit. Ale menší opravy, například výměnu duše, zvládne technik na místě a cyklista může pokračovat v cestě. Asistenční vůz má základnu v Lipně nad Vltavou, takže dokáže být na místě potíží už za několik minut.

Zejména v případě úrazu některého z cyklistů se stává, že na místě zůstanou ostatní s jedním kolem navíc, což je chvíle pro SOS odvoz. Typický případ popisuje Jiří Gruntorád: „Šlo o rodinu na vyjížďce, kde otce po pádu z kola musela odvézt záchranka. Maminka s dvěma dětmi zůstala uprostřed lesa 20 km od ubytování a měla kromě plačících dětí i čtyři kola. Tuhle zdánlivě neřešitelnou situaci zachránil SOS odvoz, který je dovezl v pořádku domů. Navíc jsme jim naložili kola do auta, aby ráno mohli vyrazit za otcem do nemocnice."

A koho tedy volat? Veškeré informace o SOS odvozu najdou cyklisté na stránkách www.kolemkolem.info. **(tz)**

Lego naší legislativy

ÚOHS uložil GFŘ pokutu 750 000 Kč

Úřad pro ochranu hospodářské soutěže uložil pokutu Generálnímu finančnímu ředitelství za IT služby spojené s technickou podporou systému AVIS ME v letech 2016–2017. Ředitelství zakázku zadalo v jednacím řízení bez uveřejnění. Úřad se případem zabýval opakovaně poté, co mu případ vrátil Nejvyšší správní soud k došetření. Původně za stejné chyby uložil pokutu 1,2 miliónu korun, aktuální sankce byla snížena na 750 000. **(tz)**

Index českého investora CII750:
za půl roku vzrostl o 8,72 %

První pololetí přineslo výraznou proměnu investičních vítězů. Zatímco na začátku roku patřily k nejúspěšnějším komodity, energetika a drahé kovy, ve druhém čtvrtletí převzaly vedení technologie, polovodiče a regiony spojené s výrobou čipů. Index českého investora CII750 díky tomu za prvních šest měsíců roku vzrostl o 8,72 %.

Index českého investora CII750, který sestavuje Swiss Life Select, vykázal ve druhém čtvrtletí 2026 solidní zhodnocení 7,24 %. Za první pololetí tak vzrostl o 8,72 % a překonal výsledek za rok 2025, kdy přidal 7,37 %. Pololetní výsledek je o to výraznější, že červen byl z hlediska výkonnosti spíše neutrální. „Druhý kvartál názorně ukázal, že akcie a dluhopisy nemusejí ve stejném období fungovat stejně. Zatímco dluhopisová složka Indexu českého investora CII750 přinesla jen mírný výnos, akciová část rostla podstatně rychleji. Dluhopisy brzdily obavy z inflace a vyšších úrokových sazeb. Ty navíc zesilovala geopolitická nejistota. Akciím naopak pomáhaly velmi dobré výsledky firem a silný příběh umělé inteligence, především u technologických a polovodičových společností. Pro běžného investora je to praktická ukázka, proč se nespoléhat jen na jednu část trhu. Dobře složené portfolio může těžit z toho, že každá investice reaguje na stejnou situaci jinak," komentoval Šimon Schloff, hlavní investiční analytik Swiss Life Select.

Sleduje stovky fondů

Index českého investora CII750 neukazuje pouze několik nejúspěšnějších fondů, ale průměrný výsledek širokého trhu fondů dostupných českým investorům. Je sestaven na základě 750 podílových fondů dostupných na českém trhu a je vážen podle jejich velikosti. Akciové a smíšené fondy tvoří 78 % indexu, zbývajících 22 % připadá na dluhopisové fondy a fondy peněžního trhu. Právě široká diverzifikace je největší předností indexu. Zatímco jednotlivé fondy mohou v krátkém období výrazně růst nebo klesat v závislosti na vývoji jednoho sektoru či investičního tématu, CII750 díky stovkám fondů tyto extrémy přirozeně vyhlazuje. Podává tak reprezentativní obraz vývoje investičních příležitostí dostupných českému investorovi, nikoli výsledek několika výjimečně úspěšných, či naopak neúspěšných strategií.

Sazby znovu změnily hru

„Vývoj v uplynulých třech měsících ukázal, jak rychle se může změnit pohled investorů na makroekonomické prostředí i jejich očekávání ohledně dalšího směřování měnové politiky centrálních bank. Zatímco v prvním čtvrtletí se na trzích spekulovalo především o snižování úrokových sazeb, druhé otevřelo diskuzi, zda nebude kvůli inflačním rizikům naopak nutné měnovou politiku utahovat. Významným momentem bylo také první vystoupení nového guvernéra americké centrální banky. Naznačilo odlišný pohled na řízení měnové politiky, než na jaký byli investoři v předchozích letech zvyklí. Trhy jeho rétoriku vyhodnotily jako spíše jestřábí, což přispělo k přehodnocení očekávání ohledně budoucího vývoje úrokových sazeb. Další směřování měnové politiky a reakce centrálních bank na inflaci i geopolitická rizika proto považujeme za jedno z nejdůležitějších témat, které může v následujících měsících významně ovlivňovat směřování finančních trhů," upozornil Tom Kadeřábek, vedoucí produktového oddělení Swiss Life Select.

Komodity přišly o náskok

Druhé čtvrtletí potvrdilo, jak rychle se mohou na finančních trzích změnit podmínky i nálada investorů. Zatímco v prvním kvartálu patřily k nejúspěšnějším fondy zaměřené na energetiku, komodity a drahé kovy, o několik měsíců později se vývoj výrazně obrátil. S postupným zmírňováním geopolitického napětí na Blízkém východě začaly ceny ropy i drahých kovů korigovat předchozí zisky a kapitál se vracel do rizikovějších aktiv. Mezi nejslabší fondy druhého kvartálu se tak zařadily právě ty, které ještě nedávno patřily k vítězům. „Komoditní fondy ve druhém čtvrtletí názorně ukázaly, že ani

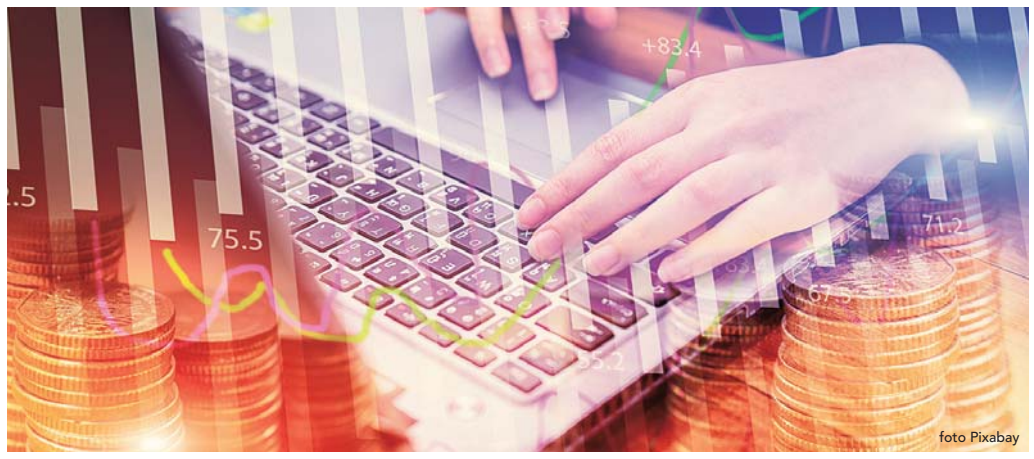


foto Pixabay

velmi silný růst nebývá trvalý. Součástí disciplinovaného investování je přitom také průběžné rozhodování o realizaci dosažených zisků. Investorům tak znovu připomněly dvě základní poučky – nepodléhat chamtivosti a nenechat se strhnout obavou z promeškání dalšího růstu (FOMO). Příkladem může být fond Franklin Gold and Precious Metals, který po mimořádně úspěšném roce 2025 ve druhém čtvrtletí část předchozích zisků korigoval. Znovu se tak ukazuje, že nejtěžší částí investování často není správně nakoupit, ale včas rozpoznat okamžik, kdy je vhodné část dosažených zisků realizovat. Právě disciplína při správě portfolia bývá v dlouhém období jedním z nejdůležitějších faktorů investičního úspěchu," uvedl Šimon Schloff.

Největší ztrátu ve druhém čtvrtletí zaznamenal fond CPR Invest – Global Gold Mines A USD Acc, který v korunovém vyjádření oslabil o 17,1 %. Investice ve výši 50 000 Kč by tak během pouhých tří měsíců klesla přibližně na 41 450 Kč. Tento vývoj názorně ukazuje, jak rychle se může nálada na trzích změnit a proč ani výrazné zisky z předchozích období nezaručují jejich pokračování.

AI ovládla první pololetí

Vítězi druhého čtvrtletí se staly fondy úzce spojené s nejvýznamnějším investičním tématem současnosti – rozvojem umělé inteligence. Fondy zaměřené na technologické společnosti, polovodičový průmysl či asijské regiony, kde se soustřeďuje světová výroba čipů, patřily k tahounům nejen uplynulých tří měsíců, ale i celého prvního pololetí. Investor, který měl v portfoliu technologické společnosti nebo regionálně zaměřené fondy investující především na Tchaj-wanu, v Jižní Koreji či Číně, během prvních šesti měsíců letošního roku prakticky nemohl šlápnout vedle.

Absolutním vítězem druhého čtvrtletí se stal fond Schroder ISF Taiwanese Equity A Acc USD, který investorům v korunovém vyjádření připsal mimořádných 62,5 %. Od začátku roku jeho výkonnost dosáhla již 92,9 %. Pro představu: investice 50 000 Kč uskutečněná na začátku roku by měla na konci června hodnotu přibližně 96 450 Kč, a to bez zohlednění daňových povinností a za předpokladu realizace investice na konci období.

„Výsledky uplynulého čtvrtletí jasně potvrzují, že hlavním investičním tématem letošního roku zůstává umělá inteligence. Nejde přitom pouze o samotné technologické společnosti. Velmi dobře si vedly také regiony, které z tohoto megatrendu dlouhodobě těží, zejména Tchaj-wan a Jižní Korea jako světová centra výroby polovodičů. Kdo měl v portfoliu technologické společnosti nebo fondy zaměřené právě na tyto regiony, patřil v prvním pololetí mezi jednoznačné vítěze," řekl Šimon Schloff.

Pohled na pět nejúspěšnějších fondů ukazuje jasný společný jmenovatel. Čtyři z nich se přímo zaměřují na technologie nebo investují převážně v regionech, kde sídlí nejvýznamnější výrobci polovodičů a technologických komponentů. Společnosti jako TSMC, SK hynix nebo Samsung Electronics dnes tvoří páteř celého ekosystému umělé inteligence. Bez jejich produkce by současná vlna investic do AI nebyla možná.

Za růstem technologických fondů stojí především pokračující masivní investice největších světových technologických společností do datových center, cloudové infrastruktury, výroby čipů a energetických zdrojů nezbytných pro provoz výpočetně náročných modelů umělé inteligence. Firmy jako Microsoft, Alphabet, Amazon, Meta nebo NVIDIA vynakládají rekordní objemy kapitálu a trh zatím věří, že se tyto investice v dalších letech promítnou do výrazného růstu jejich ziskovosti. Umělá inteligence, cloudové služby a polovodiče proto podle našeho názoru zůstávají jedním z nejvýznamnějších dlouhodobých investičních témat současnosti.

Technologie pod tlakem očekávání

Závěr druhého čtvrtletí zároveň odkryl i odvrácenou stranu technologické euforie. Akcie některých největších výrobců čipů, zejména jihokorejských společností SK hynix a Samsung Electronics, zaznamenaly během několika obchodních dnů výrazné cenové výkyvy. Trhy tak připomněly, jak vysoko jsou dnes nastavena očekávání investorů a jak citlivě reagují i na drobné změny nálady.

„Technologické společnosti dnes stojí před mimořádně vysokou laťkou. Investorům už nestačí dobré hospodářské výsledky. Vzhledem k současnému ocenění technologických firem investoři očekávají výsledky výrazně nad odhady a velmi optimistické výhledy pro další čtvrtletí. Nadcházející výsledková sezóna proto ukáže, zda současné ocenění technologických firem odpovídá jejich skutečnému potenciálu. Vedle dalšího vývoje měnové politiky centrálních bank půjde o jeden z nejdůležitějších faktorů určujících směr finančních trhů ve druhé polovině roku," komentoval Tom Kadeřábek.

Diverzifikace zůstává základem

Uplynulé tři měsíce potvrdily, že finanční trhy dnes určuje souběh několika faktorů. Vedle pokračujícího optimizmu spojeného s umělou inteligencí se do popředí znovu dostávají geopolitická rizika, měnová politika centrálních bank i očekávání dalšího vývoje firemních zisků. V takovém prostředí se mohou lídři trhu měnit během několika týdnů a rozdíly mezi jednotlivými investičními strategiemi zůstávají mimořádně výrazné.

„První pololetí letošního roku investorům znovu připomnělo, že při dlouhodobém investování nerozhoduje správný odhad jediného sektoru nebo investičního tématu. V prvním čtvrtletí dominovaly komodity a energetika, ve druhém převzaly pomyslnou štafetu technologie a umělá inteligence. Právě proto považujeme širokou diverzifikaci za nejúčinnější způsob, jak podobné změny tržního sentimentu ustát. Základem úspěšného investování je dobře nastavená strategie, která dokáže obstát v různých tržních scénářích, nikoli hledání aktuálních vítězů," uzavřel Šimon Schloff.

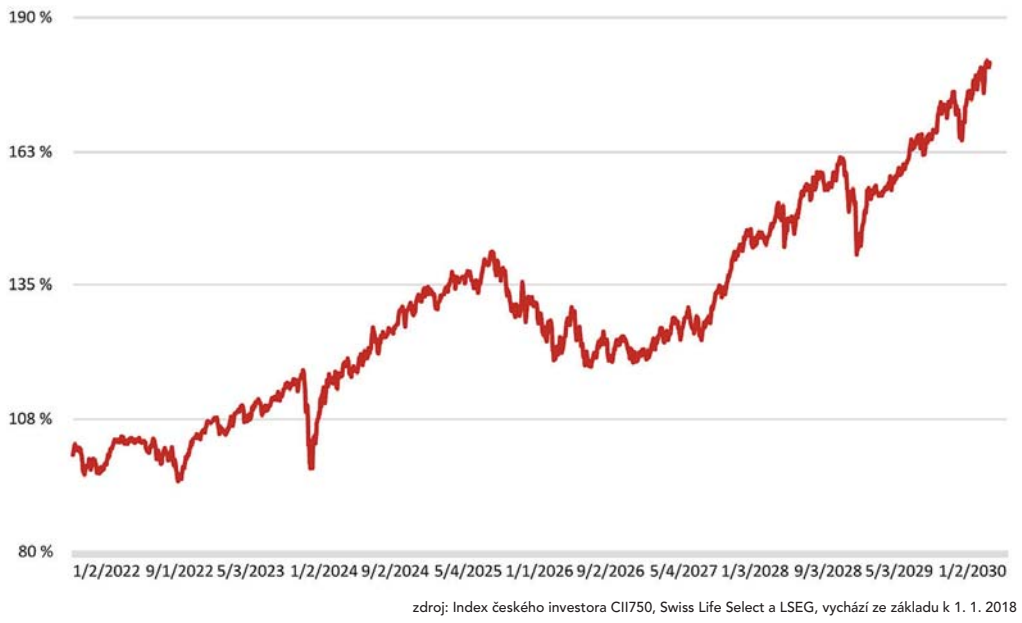
Index českého investora CII750 sestavuje Swiss Life Select na základě 750 fondů, které jsou pro českého investora běžně dostupné. Při jeho výpočtu sleduje nejen výnosnost fondů, ale i jejich váhy v celkovém investičním portfoliu v České republice. **(tz)**

www.cii750.cz

Výkonnost fondů podle Indexu českého investora CII750

Nejlepší výkonnost v 2Q roku 2026 (v CZK %)	
1. Schroder ISF Taiwanese Equity A Acc USD	62,5
2. Fidelity Funds – Asian Special Sits A-ACC-USD	47,9
3. Franklin Technology Fund A acc USD	42,5
4. Templeton Asian Growth A (acc) USD	36,1
5. Allianz Global Artificial Intelligence AT (USD)	36,0
Nejhorší výkonnost v 2Q roku 2026 (v CZK %)	
1. CPR Invest – Global Gold Mines A USD Acc	-17,1
2. Franklin Gold and Precious Metals A (acc) USD	-15,5
3. BGF World Gold A2 USD	-15,1
4. Schroder ISF Global Energy A Acc USD	-11,2
5. Fidelity Funds – China Focus A-USD	-10,4

Vývoj Indexu českého investora CII750



zdroj: Index českého investora CII750, Swiss Life Select a LSEG, vychází ze základu k 1. 1. 2018