

říjen 2024

**fresh**<sup>®</sup>  
**TIME**  
PROSPERITA

**Osobnosti tohoto vydání:**

Pavel Dojáček  
Michal Batelka  
Dalibor Vavruška  
Jaroslav Jaroměřský  
Lukáš Musílek  
František Kšána  
Jiří Jemelka  
Petr Procházka

Autocentrum Dojáček



**Ing. Pavel Dojáček**

**Máme vize  
a stavíme na vztazích**

rozhovor na stranách 2-3

# Máme vize a stavíme na vztazích

Když jsem vstoupila do prostor Hyundai – Autocentrum Dojáček s.r.o., bylo mi jasné, že jsem v prostředí, jehož základ položil známý podnikatel Karel Dojáček. Dýchá na mne rád, jistota spolehlivého zázemí, i zrcadlo vize týkající se postupného rozvoje podnikání nejen v pražských Vršovicích, a také styl, jakým se jeho představy dostávají do praxe. Noblesa i velkorysost v pojetí toho, o čem se tento moudrý člověk léta snaží. Jeho vrozená soutěživost někdejšího automobilového závodníka je nesmazatelnou stopou, po níž jde i jeho vnuk Ing. Pavel Dojáček, šéf dealerství Hyundai, s nímž je i následující rozhovor:



Ing. Pavel Dojáček

## Jak se značce daří od doby, kdy jste dealerem Hyundai?

Začínali jsme v lednu 2022, tedy vlastně před nedávkem. Za tu dobu jsme prodej zdvojnásobili, lidé si na nás už zvykli a vědí, že jsme v Autocentru Dojáček k seznamu nabízených značek přibrali i tohoto světoznámého premianta. Dostáváme se k číslům, jež jsme schopni generovat se značkami Fiat nebo Jeep, které dlouhodobě prodáváme a servisujeme. Konkurence je však obrovská, není jednoduché obstát. Naším cílem je snažit se uspokojit větší část trhu v ČR jak v prodeji, tak servisu. Zákazníkům si vážíme, ať již se na nás obrátí s přáním pořídit nový automobil, nebo ho opravit. Víme však, že nelze usnout na vavřínech, a přemýšlíme, čím klientovi cestu k nám ještě usnadnit.

## V čem Hyundai konkuruje jiným značkám?

Hyundai je druhou nejprodávanější automobilovou značkou v České republice, což samo o sobě vypovídá o tom, že je na špičce. Mezi její přednosti patří cenová politika, záruky v rozsahu pěti let nebo neomezený počet najetých kilometrů, ta pětiletá záruka se vztahuje i k nákupu vozu firmou nebo na živnost. Na to

zákazníci velmi slyší, představuje to pro ně určitou jistotu. Z hlediska komfortu je to pak pohodlí v autě, infotainment, výborná konektivita v současném digitálním světě. Ovládání je velmi uživatelsky přívětivé stejně jako třeba ergonomie vozu. Lze uplatnit vysokou míru personalizace, vybavení dle individuálního přání, máme hodně typů výbav, pro některé zákazníky je dnes Hyundai ikonou a srdeční záležitostí. Vyhovuje totiž českému naturelu.

## A zájem o elektromobily?

Není převratný, ale roste, alespoň podle poptávek směřujících k nám. Určitě je to i díky finanční podpoře státu. Dotace ve výši 200 000 Kč na nové auto pro podnikající osoby při splnění určitých podmínek a 50 000 Kč na nabíječku pro soukromé osoby i podnikatele prodej podpořil, je větší než před rokem.

## Přízeň klientů je jistě na prvním místě...

Jednoznačně je to rodinný přístup k nim, protože si myslíme, že dnes se auto nemůže prodávat jako rohlíky. Jde o sofistikovaný výrobek, je mu potřeba člověk porozumět, ztotožnit se s ním. Ctíme budování vztahu se zákazníky, jde nám o to najít s nimi společnou řeč. Pomáháme s výběrem, v žádném případě se taková koupě nedá uspěchat. Náš patnáctičlenný tým funguje sehraně, snaží se zájemci naslouchat, mít na něj čas. A to funguje. Zákazník se potřebuje utvrdit v tom, že o něj stojíme, že si ho vážíme a že pro něj uděláme vše, co je v našich silách.

## Kupuje se Hyundai také jako druhé auto do rodiny?

Ano, dříve to bývalo velmi často i20, nyní je to spíše Bayon.

## Určitě jsou mezi zájemci i firmy, čím je dokážete povzbudit ke koupi? Speciálním financováním, servisem zdarma, přezutím pneumatik přednostně?

Vším, co si jen dokážete představit! Samozřejmě o firmy, které kupují celé flotily, obměňují velký automobilový park, velmi stojíme. Motivací k tomu, aby k nám získaly důvěru, jsou například servisní smlouvy s jistými výhodami. Ale naši komunikaci s firemními zákazníky stavíme především na vztazích. Snažíme se vcítit do potřeby té které společnosti a podle toho připravit nabídku. A pak je tu ještě jeden významný faktor, a to je zakladatel naší firmy Karel Dojáček, můj děda. To je velký podnikatel, jehož si mnozí z businessu u nás váží. A tak když potřebují firemní auta, jdou za ním, nechají si poradit, doporučit. A na jeho názor jako špičkového odborníka dají. Samozřejmě máme i náhodné firemní zákazníky, kteří si prostě řekli, že to s námi zkusí. Děkujeme všem za důvěru, kterou nám dávají. A pro všechny hledáme vždy to nejlepší řešení.

**Ctíme budování vztahu se zákazníky, jde nám o to najít s nimi společnou řeč. Pomáháme s výběrem, v žádném případě se taková koupě nedá uspěchat. Náš patnáctičlenný tým funguje sehraně, snaží se zájemci naslouchat, mít na něj čas.**

## Lze ovlivnit, za jaké částky se jednotlivé modely vašim prostřednictvím budou prodávat?

Abych byl upřímný, mnoho manévrovacího místa k tomu není. Marže jsou malé, rezie velká. Za velmi důležitý pokládáme lidský faktor. Komunikaci s klientem. On nám vysvětlí své požadavky, my jemu nastíníme, co je pro něj vhodné. Aby věděl, zač platí a proč tomu tak je.

## Model i30 se stal ikonou. Kdo jej kupuje více, rodiny, ženy, nebo muži? A jaké věkové kategorie?

Je to různé. Našimi klienty jsou jak koncoví zákazníci, tak leasingové společnosti, stejně jako firmy, které pořizují velké flotily, nebo živnostníci. Firmy třeba často požadují i30 v kombíku s menší výbavou, což vychází cenově velice příznivě. Starší lidé dávají nyní přednost modelu Bayon, nástupci oblíbené ix20, je pro ně lepší takzvaně do ruky i na parkování. A i30 je jasný rodinný vůz, takže i ženy ho vnímají jako velmi příjemný a praktický automobil, který splňuje jejich představu.

### O jaké barvy aut firmy stojí?

Nejvíce snad o bílou, i30 se také prodává hodně v červené, zajímavá je nová oranžová a tmně zelená.

### Co vy osobně na značce nejvíce oceňujete?

Za naše dealerství oceňuji zejména technickou podporu. Snahu obsloužit zákazníka tak, aby na vybrané auto dlouho nečekal, stejně tak jsou vynikající krátké čekací lhůty v dodávkách náhradních dílů nebo zajištění náhradního vozidla. Perfektní jsou testovací jízdy nových modelů. Výborně spolupracujeme s pojišťovnou UNIQA v oblasti financování. Osobně vysoce hodnotím komfort vozidla, řekl bych, že Hyundai souzněl s českou povahou.

### Plán pro letošní rok?

O číslech bych ještě nerad mluvil, abych to nezakřikl. Rozhodně pracujeme s plným nasazením, bylo tomu tak i v letošních úmorných vedrech o prázdninách, kdy mnozí lidé odpočívali u vody. My jsme jeli na plný plyn.

### A vize na roky další?

Stát se jedničkou v prodeji Hyundai na českém trhu. K tomu ale musíme učinit určité kroky. Nyní se například snažíme rozšířit klempírnu, abychom mohli pojmout více vozidel k opravám. Čeká nás mechanizace servisních míst, nový stroj na seřizování světel už máme. Avšak to zdaleka není vše.



### Čím si vás dědeček získal, abyste pracoval pro jeho firmu? Bylo to těžké rozhodnutí?

Auta mě vždycky bavila, ostatně jsem žil v rodině, kde se podnikalo na všech frontách. V blízkosti dědy jsem se vždy pohyboval a obdivoval jsem, kolik nasbíral zkušeností, například s dodavateli, a že to s nimi nebylo nikdy jednoduché. Předávání těchto zkušeností, to je nepopsatelné, to je taková magie. Pro dědu je něco jasné hned, já to musím nejprve vstřebat. Každý, asi i díky rozdílnému věku, máme svůj přístup. Ale učím se rád, i když to občas nepřiznám.

### Zasahuje do vašich představ, řízení, marketingu? Nebo máte absolutní prostor k seberealizaci?

Myslím, že prostoru mám dost a do mého stylu práce mi dědeček nezasahuje tolik, jak si možná někteří představují. Na čem však trvá, jsou výsledky. Což mu nelze mít za zlé, ba naopak. Nyní například přemýšlím, jak posílit marketing, jak obsáhnout sociální síť, bez nichž moje generace nemůže existovat. I to má vliv na prodej, na věrnost zákazníka, přitahuje to nové zájemce, hlavně ty mladší. Po vztazích, na které sázíme, a perfektním strojním a diagnostickým vybavením, je to cesta číslo dvě. A tu je potřeba v brzké době dobře ošetřit.

### Zjistil jste, že některé jeho zkušenosti mají cenu zlata?

Samozřejmě. Jenže to se pozná často až po nějakém průšvih. Ale sázet na osvědčené meto-

dy, odhad situace, nedocenitelné technické znalosti nebo obchodní dovednosti tohoto muže se opravdu vyplácí. Je to jeho velké know-how, těžko ocenitelné duševní vlastnictví celé naší firmy. Snažím se tomu porozumět a vzít si z toho co nejvíc.

### Karel Dojáček je tvrdý, ale dobrý obchodník. Čeho si na něm vážíte?

Toho, jak pro firmu žije. Pořád, i když by si mohl užívat důchodu. Taky vím, že nemá na lidi dvojitý metr. Na čem se s kým domluví, to platí. V obchodě má rád férovost, otevřenou hru. Umí také skvěle dopředu odhadnout budoucí potřeby trhu, je prostě geniální vizionář. Dokáže dlouho promýšlet, ale vím, že i zdravě riskovat. V jeho případě podnikání nejsou jen čísla, ale také vášeň a srdce.

### Pocházíte z podnikatelské rodiny, váš otec se výborně etabloval v tiskařské branži, jaký máte svůj podnikatelský sen?

Rád bych ve stopách dědy pokračoval, to je pro mne velká osobní výzva. Portfolio našich služeb bych ještě chtěl rozšířit, třeba cestou personalizace služeb. Pro každého to, co mu nejvíc vyhovuje, což je pracné, ale bude to nutnost. Úvahy nad obohacením našeho portfolia značek, i to tady je. Rovněž jsme převzali nedávno pražskou pobočku Auto Enge tady ve Vršovicích, což je autorizovaný servis vozů Volkswagen a Škoda.

za odpovědi poděkovala Eva Brixl



foto Kateřina Šimková



# Ročně u nás v PENNY povýšíme kolem 900 kolegů

Být atraktivním zaměstnavatelem je pro PENNY jedním z prvořadých cílů. Ostatně je to vlastně nutnost, protože ročně v České republice přibývá pod touto značkou kolem 10–15 nových prodejen. Kvalitní pracovní síla pro ně je předpokladem, že do takového místa budou lidé chodit nakupovat rádi, že se tu budou s chutí potkávat a že se zde pozdraví i se známými tvářemi svého bydliště či regionu, se zaměstnanci PENNY. A jak se říká, jaký vedoucí, taková prodejna. Vedoucí personálního oddělení PENNY Michal Batelka v následujících řádcích rozkryl, oč tento obchodní řetězec v oblasti lidských zdrojů usiluje a jak k této záležitosti přistupuje.



Michal Batelka

## Co je základem personální strategie vaší společnosti?

Péče o zaměstnance je jedním z pilířů naší firemní strategie. Soustředíme se na tři hlavní strategické oblasti. Tou první je leadership. Vedoucí pracovníci jsou ti, kteří spoluutvářejí firemní kulturu a mají velký vliv na to, zda jsou zaměstnanci spokojeni. Je jedno, zda se bavíme o top managementu, nebo například o vedoucích prodejen. Chceme, aby každý vedoucí zaměstnanec přesně věděl, jaká je jeho role a co od něj očekáváme. Již dávno neplatí, že vedoucí rozdává úkoly a kontroluje jejich plnění. Dobrý šéf je klíčovým hráčem v moti-

vaci a rozvoji jednotlivců. Je nejen vzorem, ale i učitelem a partákem. Proto máme interní leadership akademii a pomáháme našim kolegyním a kolegům rozvíjet jejich dovednosti. A nevycházíme jen z nějakých manažerských učebnic. Z praxe víme, že všechny naše úspěšné prodejny mají jedno společné – dobrého šéfa či šéfovou.

Druhou oblast, které se dlouhodobě intenzivně věnujeme, jsou pracovní procesy. Společně s jednotlivými odděleními průběžně hodnotíme naše procesy a hledáme cesty, jak je zjednodušit. Každá ušetřená minuta pro prodejnu se nám násobí. Jsme diskontní řetězec, který nabízí zákazníkům nejlepší ceny. Aby to fun-

govalo, musíme být nejlepší také v efektivitě. A je jedno o jakém oddělení se bavíme.

## A ta třetí oblast?

Třetí strategickou oblastí je nábor a retence. Na úrovni celé České republiky se snažíme budovat značku PENNY jako atraktivního zaměstnavatele. Souvisí to mimo jiné i s expanzními aktivitami, jelikož každoročně otevíráme v průměru 10–15 nových prodejen.

V prodejnách organizujeme dny otevřených dveří, aby se k nám mohli potenciální uchazeči přijít podívat a viděli, jak práce u nás vypadá. Je to lepší než si přečíst inzerát. Když při-

jdete, vidíte, jak vyhlíží prodejna, jak probíhá práce a zároveň vidíte potenciální kolegyně a kolegy. Práce u nás je velmi různorodá a rozhodně není monotónní. Netrávíte celý den jen například na pokladně, ale jste u zeleniny, pečiva, ve skladu... Výborně nám také funguje program interního doporučení, kdy mohou naši zaměstnanci doporučovat volné pozice svým známým.

Jak už jsem ale avizoval, není to zdaleka jen o náborech, je to v první řadě o udržení současných zaměstnanců. Proto organizujeme průzkumy spokojenosti, každoročně navyšujeme mzdy, revidujeme benefity a spoustu jiných aktivit. Jako firma rosteme, otevíráme nové prodejny, stavíme nové logistické centrum a víme, že bez dobrých lidí to prostě nejde.

### Stanovili jste určitá pravidla, podle kterých vybíráte kolegy do managementu, vedoucí prodejen či pokladní?

Ano, u výběru vedoucích pracovníků děláme strukturované rozhovory, na některé pozice využíváme i tzv. assessment centra. Vše má jediný cíl: nabrat ty správné lidi, kteří do týmu a do naší firemní kultury zapadnou. Na prodejnách je pak důležité, aby všichni pochopili, o čem tam práce je. A v tom se lišíme od konkurence. Nestavíme vzdušné zámky, neslibujeme nespílitelné. Od začátku ukazujeme práci takovou, jaká doopravdy je. A to se nám vyplácí!

### A je určitý požadavek, který musí splňovat každý, kdo se u vás uchází o zaměstnání?

Různé role, různé požadavky. Co musí splňovat každý, je soulad s firemní kulturou – týmová práce, zaměření na zákazníka. Bez toho to u nás nejde. Prodejna je menší kolektiv, kde musí všichni táhnout za jeden provaz a vzájemně si vypomáhat.

### Najdeme v PENNY více žen, nebo mužů? A v jakých věkových kategoriích?

V logistických centrech je to asi celkem logicky více mužů, v prodejnách pracuje o něco málo více žen a na centrále je to vyvážené. Působí u nás lidé všech věkových kategorií a zastoupení je poměrné.

### Stojí o brigády také důchodci? Můžete jim vyjít vstříc? Pokud ano, jaké pracovní zařazení jim nabídnete?

Brigády v prodejnách nabízíme celoročně, nejvíce před Vánoci a během prázdnin. Je o ně velký zájem a nastoupit může kdokoli. Práce v prodejně je ale i fyzicky náročná, takže je nutné zdárně absolvovat zdravotní prohlídku. Věk nehraje roli.

### Máte silný marketing, který velmi dobře dokáže odhadnout, kudy se dát, co ocení zákazník, jak vyvolat jeho kladné emoce, a přitom se nepodbízet, ale zachovat svou tvář. Je to rovněž výsledkem činnosti personálního oddělení, nebo se prostě sešel svým způsobem náhodou dobrý tým?

Je to zásluha celé firmy, která umí do svých řad nabrat ty správné lidi, dává svobodu, kreativitu, ale i zodpovědnost, a to nejen v oddělení marketingu. Personální oddělení přispívá různě – budováním firemní kultury, vzděláváním, interními akcemi, podporou spolupráce apod.

### Hlásí se v PENNY o práci více zájemců, než je potřeba, nebo je to naopak?

Na centrále a v logistice nenabíráme tolik nových zaměstnanců a můžeme si vybírat. V prodejnách, zejména pak v některých regionech, je situace obtížnější. Ale jak už jsem zmiňoval, velmi dobře se nám osvědčil program interního doporučení, v jehož rámci mají naši zaměstnanci možnost doporučovat nové kolegyně a kolegy.

### Kdo se stará o úklid prodejen? Stálí pracovníci, nebo brigádníci?

Všichni. U nás je práce rozmanitá. Rozhodně to není tak, že celou směnu sedíte za pokladnou. Je tu řada dalších činností, které je potřeba vykonávat, například doplňování zboží, obstarávání čerstvého pečiva nebo kontrola čerstvosti ovoce a zeleniny. Na konci směny je součástí pracovní náplně i úklid a příprava na další den. S úklidem vypomáhají ale i specializované firmy.

### Hledáte také talenty? Například obratné obchodníky, vyjednavatele, lidi s mimořádnými komunikačními schopnostmi?

Hledáme, ale i vychováváme. Již několik let nám běží program Potenciál, kde se celý rok věnujeme našim stávajícím zaměstnancům a připravujeme je na role vedoucího prodejny či oblastního vedoucího. Ročně u nás v PENNY povýšíme kolem 900 kolegů. Úspěšný a oblíbený je také Tainee program pro absolventy, kteří si vyzkoušejí práci ve všech odděleních, a následně je rozvíjíme v oblasti, kde vzájemně objevíme jejich největší potenciál.

### Kdo je na trhu práce nesehnatelný?

Neřekl bych, že je někdo nesehnatelný. Je to vždy otázka nabídky a poptávky. Samozřejmě čím více expertní pozice, tím to může být náročnější. Poté je to i otázka lokality, kdy některé jsou z pohledu trhu práce velmi náročné.

### Jakou máte vizi pro Českou republiku? Čeho byste rádi dosáhli?

Jsmo řetězec s největším počtem prodejen a bude to tak i v dalších letech, každoročně rozšiřujeme jejich síť. Rosteme a růst přináší další příležitosti pro zaměstnance, jak v kariérním postupu, tak i pro lidi zvenku. Chceme být proto v regionech vnímáni jako atraktivní zaměstnavatel. Pracujeme na employer branding, což je vidět při lokálních náborových dnech, které pravidelně organizujeme tam, kde nabíráme. Také jsme se letos zlepšili ve výsledcích interního průzkumu spokojenosti zaměstnanců. Na průzkum se ale díváme nejen tak, že nám stoupá spokojenost. Možná ještě důležitější jsou oblasti či procesy, kde zaměstnanci vidí potenciál pro zlepšení. To vnímám jako velký závazek, abychom naplnili jejich očekávání, a do budoucna i nadále zvyšovali spokojenost.

otázky připravila Eva Brixl



# Všemocnou se AI nestane ani náhodou

Život v době robotů se jmenuje publikace, kterou právě vydal Nakladatelský dům GRADA. Autorem je Dalibor Vavruška, vystudovaný matematik. Dvacet pět let působil jako investiční analytik a stratég v předních světových finančních institucích, včetně Citigroup, ING a Credit Suisse. Vedl mezinárodní týmy zaměřené na investiční výzkum v oblasti telekomunikací a digitálních technologií. Je držitelem mnoha prestižních mezinárodních ocenění za svou investičně analytickou a poradenskou činnost. Jako analytik stál u řady veřejných nabídek akcií zejména telekomunikačních společností v Evropě, Asii a Africe. Podílel se také na tvorbě komerčních strategií a evropské legislativy v oblasti telekomunikací, digitálních trhů a umělé inteligence. V poslední době se zabývá poradenskou a výzkumnou činností, například v oblastech digitálních strategií, umělé inteligence, datové regulace a suverenity. Měla jsem možnost položit mu několik otázek:



Dalibor Vavruška

**Bude umělá inteligence opravdu tak všemocná, jak se o tom hovoří? Nezaměňujeme strach, iluze a sny?**

Digitální síť dnes přenáší ohromná množství dat po celém světě. Umělá inteligence s nimi pak pracuje mnohem výkonněji než člověk, což otvírá prostor pro řešení dosud neřešitelných problémů. Mimo jiné ve vědeckém, technologickém a vojenském výzkumu. To samozřejmě posiluje vliv AI systémů a lidí, kteří za nimi stojí. Všemocnou se však AI nestane ani náhodou. Na rozdíl od živých organizmů, našich mozků a těl, AI totiž nemá mechanismy pro svou vlastní přirozenou obnovu. Není evolučně ozkoušená. Všemocnost zna-

mená možnost dělat cokoli po jakkoli dlouhou dobu. AI lze charakterizovat různě, ale trvalost či věčnost k těmto charakteristikám rozhodně nepatří. Spíš rychlé změny, fantastické inovace, ale i klamavé iluze, strachy a potenciálně ničivé katastrofy. K čemu AI povede a jak bude vypadat za nějakou dobu, to prostě nevíme, a ani vědět nemůžeme.

**Poradí investorům, do čeho vkládat peníze, konstruktérům, jakou cestou se vydat při hledání perpetua mobile?**

AI investorům pomůže vynastit se v neustále komplikujících se předpisech a regulacích, efektivněji obchodovat, řešit administrativní

záležitosti. Co však nedokáže, je ze dvou investic vybrat tu dlouhodobě výnosnější. Kdyby to šlo, svět by se za nějakou dobu ocitl v rukou uživatelů nejvýkonnějších investičních robotů. Jenže skutečnou realitu, a tedy i finanční trhy, pomocí dat prostě modelovat nepůjde. Třeba proto, že roboti postrádají holistické myšlení. Na druhou stranu AI patrně skokově zvýší produktivitu práce i energetickou efektivitu. O tom, že by umělá inteligence mohla popřít i uznávané fyzikální zákony, a vytvořit tak perpetuum mobile v čistém slova smyslu, velmi pochybuji. Některé z uznávaných vědeckých teorií by teoreticky sice pozměnit mohla, ale je otázka, zda by to mělo prakticky použitelné důsledky. A i kdyby to perpetuum mobile nakonec přinesla, není jisté, že by to bylo společensky přínosné. Karel Čapek v *Továrně na absolutno* ukázal, že si to nemyslí.

**Co od ní můžeme očekávat v oborech telekomunikací nebo kriminalistiky?**

Podstatou telekomunikací byl původně přenos informací mezi lidmi, následně přenos jakéhokoli zvuku a obrazu na dálku. Další fází je komunikace lidí s roboty, dnes například s Chatem GPT. Ani tam se ale vývoj nezastaví. Umělá inteligence získá schopnost vytvářet dojmy nerozeznatelné od reality. Buď nejen ovlivňovat naše myšlení, ale i naše okolí pomocí různých bezdrátově propojených přístrojů. To vše přinese příležitosti v telekomunikacích. Zároveň ale vyvstanou etické a společenské otázky, zejména kolem manipulace lidí a omezování jejich práv. Podobně je to i v kriminalistice. AI umožní chování lidí nejen sledovat, ale do určité míry jej bude i předpovídat a ovlivňovat. Masové nasazení takových technologií by přineslo nejen ztrátu soukromí, ale i riziko neférových zásahů do života v zatím nevídaném rozsahu. Třeba v souvislosti s předsudky tvořenými ne zcela transparentními algoritmy.

**Nezačne se nám příliš plést do života?**

AI se nám do života už přece plete. Sociální síť zcela zásadním způsobem formují názory a priority zejména mladých lidí. Toho již ve velkém využívají marketéři spotřebního zboží

**K čemu AI povede a jak bude vypadat za nějakou dobu, to prostě nevíme, a ani vědět nemůžeme.**



i politických stran. Kdybychom se dnes chtěli zásahů AI od našich životů zbavit, museli bychom se zbavit samotné AI, což není ani reálné a ani žádoucí. Lepším řešením je zachovat AI, ale jasně nad ní nadřadit myšlení jednotlivců, zejména holistické a intuitivní, stejně jako víru v kolektivně uznávané společenské hodnoty. Také bychom měli v rozumné míře udržet komunikaci mezi lidmi způsoby, do kterých AI nemůže zasahovat. Tedy osobní setkávání nebo čtení tištěných knih.

**Porostou výdaje firem do procesů robotizace, automatizace, procesů řízených algoritmy? Bude to hlavní východisko k vyšší efektivitě práce?**

Umělá inteligence dnes představuje jednu z hlavních možností, jak navyšovat efektivitu práce, a to i skokově. Firmy jsou tak pod tlakem automatizovat, což bude zřejmě nějakou dobu pokračovat. Na druhou stranu je třeba si uvědomit, že u AI hraje zásadní roli „scale economy“, tedy úspory z rozsahu. V dostatečně propojeném světě tak hlavní ekonomickou výhodou získají globální technologické korporace. Ty se sice o část svých výnosů dělí, například podporou rozvoje odvětví rizikového kapitálu, ale obecně je netíží odpovědnost za fungování lokálních komunit. Lokální daně často platí jen v omezené míře. Jimi prosazovaná technologická centralizace navíc zvyšuje dlouhodobá ekonomická rizika. Řešením je „chytré investování do automatizace“, které bere v úvahu nejen globální ekonomické efek-

ty, ale i zájmy a vliv lokálních komunit a všech jejich členů.

#### Promění se svět finančních služeb?

Finanční služby jsou páteří fungování ekonomiky, a tím pádem celé společnosti. Digitální změny mohou otevřít prostor pro takzvanou multidimenzionální ekonomiku, ve které jsou transakce podmíněny splněním určitých podmínek, podobně jako je to u nákupu léků na recept. Pokud bude pokračovat současný trend neustálého nárůstu regulací a nařízení, s jejich plněním nám budou pomáhat roboti. To vše by mělo zvýšit efektivitu takzvané udržitelné ekonomiky. Pokud by se to ale nezdařilo, dostal by se opačný efekt, včetně frustrace z omezení lidské autonomie a svobody.

Navržení solidního, důvěryhodného a společensky přijatelného finančního systému pro dobu robotů tak vůbec nebude jednoduché.

**Nebo přijde další revoluční zlom a lidé se budou dožadovat bankovních kamenných poboček a osobní konzultace u stolu?**

To je dobrá otázka. Dokud finanční služby zůstanou jednoduché, jako například platby nebo vklady, lidé budou preferovat co nejpohodlnější řešení. A tím je pro většinu z nich řešení digitální. Mohou se ale stát dvě věci. Jednak by mohlo dojít k selhání nebo k zápornému útoku na kybernetické systémy. V okamžiku, kdy by lidem začaly náhodně zčernávat obrazovky jejich mobilů a bankovních aplikací, výhody hotových peněz a kamenných poboček by si uvědomili velmi rychle. Ve složitějších situacích pak zákazníci mohou preferovat přímý kontakt s bankovním úředníkem například proto, že člověk myslí jinak než robot, nebo proto, že v důležitých věcech chtějí důvěřovat víc lidem než strojům.





**Jinými slovy, než se AI prostřednictvím sama sebe zdokonalí, nebudeme jí mít plné zuby? Nebo to z principu jí samé vlastně nebude možné?**

Otázka je, co považujeme za dokonalost AI. Lidský život vždy byl a bude o překonávání překážek, což nám přirozeně způsobuje strasti. Věřit, že přijde nějaká dokonalá technologie, zbaví nás všech problémů a přinese hojnost, je nejen naivní, ale i nebezpečné. Toho si ostatně všiml i Karel Čapek. AI vyřeší jen některé z našich problémů, a svou nedokonalostí způsobí jiné. Když budeme mít pocit, že nám to celkově pomáhá, že se vývojově posouváme dopředu, vše bude v pořádku. Kdyby se ale nově vzniklé problémy ukázaly jako horší než ty, kterých nás AI má zbavit, pak bychom robotů měli plné zuby poměrně rychle.

**Svět se stal jednou propojenou digitální soustavou a vše až příliš podléhá logice. Brzy možná nebudeme toužit po pěkném slově, vztazích, přízní, ale povedou nás životem pouze fakta a argumenty. Nebude to škoda?**

I přes dnešní nadšení do takzvané dehumanizujících technologií si nemyslím, že projevy lidství ze svých životů dlouhodobě vytěsníme. Fakta a argumenty popisují jen část reality. Stejně jako nelze exaktně teoreticky modelovat chování finančních trhů, nelze modelovat ani chování živých stvoření, včetně lidí. Tím neříkám, že nevzniknou velmi zajímavé a docela spolehlivé AI modely, například pro předpovídání zdravotního stavu nebo odhad nákupních preferencí spotřebitelů. Podobně jako u předpovídání počasí bych si ale dovolil tvrdit, že budou fungovat spíše krátkodobě a nevyhnou se případům zásadního selhání. Naše civilizace se tak na nich nesmí stát fatálně závislou. Musíme docenit důležitost hlubokých mezilidských vztahů, a tedy i humoru,

nadsázky či symboliky. Naše komunikace a vidění světa musí zůstat zasazené do lidského kontextu. Musí být nejen explicitní, ale i implicitní.

**Jak obtojí v takovém prostředí intuice, rozhodování srdcem?**

Dnešní společnost je do velké míry utilitární. Za klíčové považujeme materiální pohodlí a potěšení, a k tomu ještě exaktně a měřitelně



**Humor se tak možná stane naší hlavní zbraní proti robotům, kdybychom se jimi někdy cítili ohroženi. Prostě si z nich začneme dělat legraci. Tím posílíme důvěru v lidi oproti důvěře v roboty, což Karel Čapek považoval za klíčové pro zdraví společnosti.**

pojatou udržitelnost. Role intuice a srdce jsou přitom potlačovány. Navíc, i když si to někdy nechceme připustit, u mnoha dnešních pracovních rolí nejsou čistě lidské vlastnosti vlastně moc potřeba. Od robotů tak lze očekávat zvýšení efektivity práce, a tedy zvýšení výdělků pro zaměstnavatele a některé zaměstnance, což

jim přinese víc pohodlí a potěšení. Vytvoříme tím ale rozumně sociálně vyváženou společnost odolnou v dobrých i špatných časech? Přinese nám to co nejlepší podmínky pro rozvoj lidského druhu? To už tak přímočaré není. Naopak se může stát, že nějaký krizový moment spustí zásadní společenskou změnu, jakousi obrodu, po které budou role intuice a srdce znovu posíleny. To by nás mohlo dovést ke zdravějšímu a dlouhodobě udržitelnějšímu vztahu k umělé inteligenci. Ve své knize takový přístup nazývám AI4P, tedy AI for people neboli AI pro lidi.

**Co když robot vybere špatné údaje, nevhodná čísla, a ještě je bude mylně interpretovat? Nehrozí planetě nějaká fatální chyba?**

Sama příroda se takovému problému vyhýbá tím, že funguje na decentralizované bázi. Genetická informace lidského rodu je uložena nejen v každém z nás, ale i v každé naší buňce. Společnost lze do nějaké míry centralizovat, například pomocí sdílených hodnot, informací a technologií. Zatím ale nikdy nešlo o dokonalé centrální ovládání lidí či přírody v reálném čase. Kdybychom se o něco takového pokusili, riziko planetární katastrofy by podle mého názoru bylo ohromné. AI systémy z principu vidí jen výřez reality. Nemají evolucionizované mechanismy pro práci s neúplnými informacemi či velmi nepravděpodobnými jevy. V našich AI 4P principech proto voláme po limitech pro datovou centralizaci a posílení autonomie pro lidi a jejich myšlení.

**A bude umět AI produkovat také vtipy, jimž se s chutí zasměje každý Čech?**

Ačkoli se to tak nemusí zdát, toto je velmi podstatná otázka. AI mistrně zvládne jazyk, naučí se, co lidé vnímají jako vtipné, a to jim může předkládat. Navíc získá vhled do lidské psychologie, a dokonce i do české kultury, což jí ještě víc pomůže vymýšlet, jak nás rozesmát. Přesto ale lidský humor nenahradí. Ten totiž nestojí na exaktním chápání, ale na dvojsmyslech, narážkách. Ty vycházejí z kontextu momentální situace, kul-

tury a mezilidských vztahů. Jde o věci, které si budují lidé sami pro sebe, a které částečně musí zůstat jen mezi lidmi. Humor se tak možná stane naší hlavní zbraní proti robotům, kdybychom se jimi někdy cítili ohroženi. Prostě si z nich začneme dělat legraci.

Tím posílíme důvěru v lidi oproti důvěře v roboty, což Karel Čapek považoval za klíčové pro zdraví společnosti.

ptala se Eva Brixi





foto Pixabay

# České domácnosti vlastní kolem 20 tun zlata

**V posledních letech stále více Čechů ukládá své úspory do zlata. Rychle roste obliba nákupů zlata na internetu, v možnostech jeho úschovy jsou Češi spíše rezervovaní. Většina drobných investorů má tak drahý kov stále doma.**

Zlato je dnes možné koupit v kamenných prodejnách nebo online. A právě nákup po síti Češi poslední dobou stále více upřednostňují. „Nejvíce obchodů probíhá online a pouze pro větší gramáže vyrábějí lidé do kamenných provozoven. Na internetu dnes můžete zlato nakoupit, prodat, a třeba i uzavřít roční spoření do zlata. Předpokládáme, že v budoucích několika málo letech se bude v online prostředí realizovat valná většina nákupů drahých kovů. Kupující si pak jen vybere, zda chce zlato fyzicky dovézt domů, nebo si jej uschová rovnou u prodejce,“ řekl Roman Pilišek, ekonom a spoluzakladatel společnosti Zlaté rezervy. Poptávka po zlatě ze strany malých střadatelů během letošního roku díky rostoucí ceně klesla. Přesto se v českých domácnostech drahého kovu skrývá za několik desítek miliard. Podle odhadů by to mohlo být kolem dvaceti tun zlata. Reálně ho ale Češi mohou vlastnit daleko víc, jeho nákup se totiž nikde neviduje. Zlato mají Češi z řad drobných investorů nejčastěji doma. „Domácí úschova patří v České republice historicky k těm nejčastějším. Zatímco



naši předci vystavovali zlato na odív návštěvám, dnešní Češi si domů pořizují spíše trezory nebo využívají bezpečnostní schránky svých bank. Trendem v úschově zlata se však pomalu stává úschova přímo u auditovaného a kapitálově silného obchodníka. Ten tuto formu úschovy nabízí často i včetně kvalitního pojištění. S touto formou úschovy se pojí i možnost rychlého odprodeje zlata bez nutnosti zlato přenášet, což je dnes v online světě jednoznačnou prioritou,“ popsal nový trend Roman Pilišek.

Stále větší část drobných investorů volí možnost nakoupit zlato, které nemají fyzicky u sebe. „Češi se pomalu učí nakupovat zlato s možností úschovy u obchodníka. To s sebou logicky nese řadu výhod. Kupující nemusí zlato uschovávat ani pojišťovat a může jej kdykoliv prodat, a tak mít rychlý přístup k finančním prostředkům. Solidní

obchodník má navíc standardně své vlastní trezory maximální bezpečnostní třídy. Kdykoliv však může klient požádat o vydání zlata, to mu je dodáno ve lhůtě do následujícího dne,“ sdělil Roman Pilišek. Češi doma skladují především zlato v menších hodnotách, u mincí nebo slitků za stovky tisíc korun už se přece jenom poohlížíjí po nových možnostech úschovy. „Psychologická hranice hodnoty zlata, kterou jsou Češi ochotni mít doma, se obecně pohybuje kolem 500 000 Kč. Pojišťovny navíc často omezují pojistné



Roman Pilišek

krytí cenností, které jsou uschovány doma, a to obvykle do částky pohybující se právě kolem půl miliónu. Pokud hodnota zlata přesáhne tuto hranici, preferují lidé úschovu v bankovních schránkách nebo bezpečnostních depozitářích. To už s sebou ale přirozeně nese poplatky za úschovu, které však většinou nepřekračují náklady úschovy v bance,“ vysvětlil Roman Pilišek. Zatímco Češi prozatím příliš neholdují úschově zlata přímo u prodejce, v zahraničí je trend zcela opačný. „Obliba domácí úschovy v tuzemsku plyne z určité historické tradice, kdy byli lidé zvyklí mít doma větší finanční hotovost. Tedy kdo byl zvyklý mít hotovost doma, pak má doma i zlato. V zahraničí, zejména v zemích s rozvinutějším trhem investic, jako je například Švýcarsko nebo Německo, je běžnější, že lidé uchovávají své zlato v profesionálních depozitářích. Tyto služby nabízejí vysokou úroveň bezpečnosti a jsou často preferovány klienty se sklonem k využití moderních služeb,“ uvedl Roman Pilišek. (tz)

# Umíme pomoci dealerům aut v péči o budoucnost jejich firmy



Mnoho automobilových dealerů vstoupilo na český trh před desítkami let. Svým způsobem to tehdy byli odvážní průkopníci podnikání u nás. Ale čas se sešel s časem a někteří z nich by si již rádi odpočinuli. Přemýšlejí nad tím, jak z aktivního businessu odejít bez ztráty kytičky. Nejsou to úvahy lehké, protože firma se zapsala do jejich života tučným písmem. Řešit tuto záležitost však musí. Ať se již rozhodnou svou společnost prodat, předat potomkům, nebo zlikvidovat. Jak na to? A jak v prvních dvou variantách nastartovat ještě lepší výsledky? Jde to vůbec? Určitě ano. O tom jsou přesvědčeni spoluvlastníci firmy AuDePor Jaroslav Jaroměřský a Lukáš Musílek. Oba se léta pohybovali ve finančních službách v nejvyšších manažerských pozicích s orientací na segment automobilů. Dovednosti a zkušenosti mají nenahraditelné. Čím se tedy přesně zabývají a co dokážou zajistit?

**Oba máte letitou praxi z oborů finance a automotive. Do této oblasti jste namířili své služby pod novou značkou AuDePor. Oč mají vaši klienti největší zájem?**

**Jaroslav Jaroměřský:** Hned první otázka je velmi zajímavá a není na ni jednoznačná odpověď. Každý klient je totiž jedinečný a prakticky každý klient má trochu jiný požadavek. Mimochodem to je jedna z věcí, která nás na této činnosti hodně baví. Společným průsečíkem téměř všech zakázek je ale nyní v nějaké formě budoucnost klienta, ať se to týká strategické a provozní budoucnosti firmy (reálné plánování na další roky, vize, strategie, cíle), nebo nastavení následných vlastnických vazeb, včetně včasného plánování nástupnictví.

**Lukáš Musílek:** A toto vše je propojeno s financemi, je třeba předem zajistit, že podobné změny nebudou mít negativní vliv na společnost i po ekonomické stránce. Naopak takovou situaci lze často využít k ještě vyššímu výkonu firmy a k provedení změn, které do té



Lukáš Musílek



Jaroslav Jaroměřský

doby nebyly nutné nebo potřebné. A vždy je prostor, jak v ekonomice udělat krok vpřed a jak vydělat více peněz – tak proč se na to společně nepodívat a neobjevit nové možnosti? I o to mají klienti zájem.

**Projevuje se ve firmách, pro které pracujete, problém tzv. generační výměny? Řešíte ho?**

**Jaroslav Jaroměřský:** Ano, řešíme. Mnoho majitelů autodealerství dospělo do životní fáze, kdy se zamýšlejí nad dalšími směry ve firmě a v rodině. Chtějí již udělat reálné kroky k opravdové přípravě budoucnosti, včetně včasného zapojení rodiny, nebo i jiných osob. Nejde jen o generační výměnu, i když často je věk prvním impulzem. Dalšími důvody ale mohou být růst firmy do velikosti, kdy ji už prostě nejde řídit jako doposud nebo to není efektivní. Dále pak ochota (či paradoxně někdy i neochota) dětí se do firmy zapojit. A v neposlední řadě, často zejména ve větších firmách, potřeba změnit pohled na motivaci managementu, včetně jeho zájmu

na dlouhodobém výsledku firmy a na hodnotě firmy.

**Lukáš Musílek:** Od toho už je pak jen kousek ke konkrétním krokům, jak k právní formalizaci takového nastavení, tak zejména k procesním a motivačním změnám. Když to velmi zjednoduším, tak často je to o změně nastavení životního stylu majitele firmy. To se dobře říká, ale hůře provádí. Složitým krokem je i „nenásilné“ zapojení členů rodiny do dalšího vývoje firmy. Co si budeme povídat, prostě realita je taková, že velmi často je majitel na spoustu činností ve firmě sám, někdy mu to dokonce vyhovuje, jindy ne, ale z takové situace se není lehké dostat.

**Je to palčivá záležitost? Co se v souvislosti s ní ukazuje?**

**Lukáš Musílek:** Ukazuje se často právě to, že majitel je zdánlivě připraven na všechny změny, ve skutečnosti však nikoliv. Nemá konkrétní kroky s kým projednat, zkonzultovat, nastavit, a pak hlavně zrealizovat. Od toho jsme tady pak my, abychom mu pomohli s takovým rozhodnutím, připravili všechny vhodné varianty a dovedli k tomuto zásadnímu bodu, a také s ním zrealizovali celou změnu. To faktické rozhodnutí ale musí udělat on.

**Mnohým firmám chybí v podnikání systém, řád, jak se říká, štabní kultura. I s tím dokážete pomoci?**

**Jaroslav Jaroměřský:** Tohle je ožehavé téma, které však řešíme často. Prostě základ je měřit



foto Pixabay



foto Pixabay

a řídit, bez toho to nejde. Představa, že se firma dá řídit podle pocitů a že stejně není možné nic dělat, je chybná. Při určité velikosti firmy ji už nejde řídit jen „selským rozumem“. I když spousta finančních faktorů určuje jiný subjekt, třeba stát nebo importér (či jiný obchodní partner), pořád je to firma konkrétního majitele a řízení je v rukou konkrétního managementu a ten se nemůže vymlouvat, „že za to může někdo jiný“ nebo „že proto nelze plánovat a pak plán plnit“. To by pak firmu mohl řídit robot.

**Lukáš Musílek:** Takže z toho plyne, že organizaci a řídicí systém, včetně reportingu a procesů (pořádku) je nutné vždy přizpůsobit té příslušné firmě. Ale ani dvě stejně velké firmy ve stejném oboru v tomto ohledu nebudou shodné. A my takto pracujeme – věnujeme se nejprve poznání aktuálního stavu, potřebám majitele a managementu, a pak navrhujeme a realizujeme úpravy.

**Umíte však nastavit podnikání i tak, aby se konečně stalo výdělečným. Jste kouzelníci?**

**Lukáš Musílek:** Je mylnou představou, že podnikání není výdělečné. Majitelé firem jsou velmi samostatní a inteligentní lidé. Často mají za sebou i desítky let úspěchů, a prošli si i velmi složitými obdobími. Trh autodealerů je obecně dlouhodobě vnímán jako velmi složitý a problematický (např. i z pohledu bank). A přesto – zkuste se podívat na to, jak jsou zde dlouho někteří dealeri, jak se dokázali zkonsolidovat do větších celků a odolávat různým tlakům a rizikům. Podle spousty analytiků už by dávno neměli existovat – a pořád tady jsou a vydělávají. A když se podíváte na jejich výsledky v covidovém a postcovidovém období, tak se jim podařilo toto velmi složité období překonat většinou dobře. A detailnějším pohledem třeba do výkazů zisku a ztráty uvidíte, že museli provést i spoustu složitých opatření, aby to nakonec finančně vycházelo. Otázka je spíš – šlo by vydělávat víc? A na to jsou vždy odpovědi, že ano. Naší zásadou ale je,

**Mnoho majitelů autodealerství dospělo do životní fáze, kdy se zamýšlejí nad dalšími změnami ve firmě a v rodině. Chtějí již udělat reálné kroky k opravdové přípravě budoucnosti, včetně včasného zapojení rodiny, nebo i jiných osob.**

že vždy přistupujeme k těmto otázkám dle potřeb dealera. Takže je nutné přiznat, že jsou situace, kdy řešení jsou jasná s poměrně rychlým výsledkem, a jindy by vyšší výdělek znamenal zásadní změny – a nakonec si majitel vždy rozhodne, zda se mu vyplatí vydělat víc a o kolik, a jaká rizika jsou s tím spojena. I toto pečlivě vždy probíráme u každého nastavení – opět zde platí, že nelze aplikovat například u malé nebo středně velké rodinné firmy stejný přístup jako v obřím korporátu.

**Takový pohled na věc, jinými slovy dobrá rada, je velké know-how, a touží po ní asi všichni, kterým se příliš nedaří. Určitě by vašimi službami nepohrdli ani majitelé jiných společností než například dealeri aut. Chystáte se oslovit i další segment?**

**Jaroslav Jaroměřský:** Hned na začátku jsme stanovili svou vizi a strategii naší společnosti a té se držíme. Za naši největší výhodu v tuto chvíli považujeme fakt, že umíme nabídnout specifické know-how, a tím i specifická řešení pro segment automotive. Dalším naším principem je, že neustupujeme v kvalitě a spolupracujeme s klienty osobně a velmi individuálně. Takže máme kapacitu

jen na určitý omezený počet zakázek. Cílem je, aby klient věděl, že se jeho problému a nalezení řešení opravdu věnujeme. Máte pravdu, že nás napadlo, že podobné problémy řeší i jiné firmy mimo náš cílový záběr a že by to mohla být pro nás obchodní příležitost. Na druhou stranu hodně našich klientů nám říká, že si nás vybrali právě pro naši znalost jejich oboru. Víme, že vizi a strategii lze měnit, není navždy, ale rozhodně by se tak bez zásadních důvodů nemělo dít příliš často. V tuto chvíli považujeme náš cílový trh za dostatečně velký a vidíme na něm hodně příležitostí s potřebou řešení, že o změně pro tento ani příští rok neuvažujeme. Správné je, že i vize a strategie musí procházet revizí, takže do budoucna nelze ani změnu našeho cílového trhu vyloučit.

**A z opačného konce. Když se na vás obrátí klient s prosbou ukončit business, vyjete vstříc? Jak dlouho trvá obstarat veškeré náležitosti v případě mikrofirmy, řekněme o pěti zaměstnancích, která nemá dluhy, ale ani ambice růst a zakladatel by rád odešel na zasloužený odpočinek?**

**Lukáš Musílek:** Předpokládám, že otázka směřuje k tomu, že nechce firmu „jen tak zavřít“, ale také z ukončení něco získat. Takže primárně se bavíme o prodeji firmy či předání firmy na nástupce, ať už z rodiny, nebo z managementu. Obecně se v takovém případě bavíme o řádu měsíců a opět záleží na majiteli, jak na dokončení transakce pospíchá. Vždy je ale nutné zvážit, jestli je, či není vhodné firmu na takovou změnu připravit s cílem zvýšit její hodnotu. Takový proces prostě chvíli trvá, a to už se bavíme nejméně o jednom až dvou letech. Tedy pokud má zvýšit hodnotu firmy opravdu, a nejen na papíře. Majitel ale může mít požadavek firmu prodat hned, a my pak takové rozhodnutí respektujeme. Pokud by otázka směřovala k opravdové likvidaci firmy, tak se opět bavíme o řádech měsíců, má to samozřejmě svůj nutný právní a procesní postup, včetně například starosti o zaměstnance, prodeje majetku apod.

**Ukončit činnost firmy je údajně velmi drahé. S jakými náklady je nutné počítat?**

**Jaroslav Jaroměřský:** Je to zcela individuální, otázka je, co počítáte do nákladů. Také se na to můžeme dívat pohledem, že naopak ukončení firmy je „ziskem“, protože takový krok může zabránit budoucím ztrátám, a tak je vlastně žádoucí. Zatím jsme se ale s takovým případem nesetkali, vnímáme pozitivně, že majitelé mají zájem své firmy buď rozvíjet, nebo je chtějí výhodně prodat, a hlavní jejich dilema je mezi těmito dvěma variantami.

za odpovědi poděkovala Eva Brixi

**Jaroslav Jaroměřský**

e-mail: jaromersky.jaroslav@audepor.cz

tel.: 724 938 866

**Lukáš Musílek**

e-mail: musilek.lukas@audepor.cz

tel.: 792 773 698

# Snažím se šířit kulturu kvalitního masa



František Kšána

Někdo chodí do práce, aby vydělal peníze, pro někoho je to celoživotní vášně, kterou si vysnil už v dětství. František Kšána mladší je určitě ten druhý případ. Vždy měl vzor ve svém otci, který byl známým pražským řezníkem a díky němuž se za řeznický pult postavil už ve 13 letech. Řeznickému řemeslu se věnuje dodnes, jen už se nezaměřuje pouze na prodej, ale v rámci velkoobchodu Amaso se spolu se svými kolegy stará i o samotné zpracování masa a výrobu uzenin. Zakládají si přitom na tradičních postupech, díky kterým mohou zákazníkům nabídnout co nejvyšší kvalitu.

**Lásku k dobrému masu máte v rodině. Chtěl jste vždycky být řezníkem?**

Jako malý kluk jsem chtěl být pilotem nebo motocyklovým závodníkem. V dětství jsem ale moc nevídal tátu, protože pracoval v zahraničí. Když se tedy vrátil a věnoval se řeznictví u nás v Česku, tak jsem chtěl trávit co nejvíce času s ním. Proto jsem s ním začal pracovat a stal se také řezníkem.

**Jak dlouho už jste v oboru? A vnímáte posun směrem k lepšímu?**

S nadsázkou by se dalo říct, že už od plenek. Jedna z mých prvních fotek v rodinném albu je ta, kdy stojím vedle řeznického špalku. Ten

špalek byl v té době větší než já, takže mi mohl být tak rok. V zásadě jsem ale v řeznictví pracoval takřka od dětství, nebo lépe – pohyboval se v tomto prostředí. To jsem byl ale spíš prodáváč, který krájí maso přímo na krámě, i když k výrobě jsem také přičíchl. Ale opravdovou výrobu jsem začal dělat až tady v Amase.

Co se posunu týče, v masné výrobě, ale i celém potravinářství se stále vymýšlejí no-

vé technologické postupy a průmyslová zpracování. To na jednu stranu klade důraz na bezpečnější, trvanlivější a dokonale zabalené produkty, které si zákazník může kdykoli koupit. Na druhou stranu se vytrácí řemeslo, ruční práce a dotek konkrétního člověka, což jsou ale principy, ke kterým se v Amase vracíme.

**Zakládáte si na kvalitě, tradičních postupech a osvědčených recepturách. Co si pod tím představíte?**

Vyhledáváme staré knihy, receptury a informace o tom, jak se to dělalo dříve. Mluvíme s lidmi, kteří zažili třeba 50. a 60. léta minulého století, a tím pádem znali řezníky ještě z dřívějších dob, od kterých se sami učili. Potom je ale potřeba si všechno také vyzkoušet, aby to fungovalo i v dnešní době. Například dříve se maso daleko víc solilo. Také jsme se museli naučit, jak se samotné maso chová. Zaměřujeme se na tučné maso z přeštického černostrakatého prasete a z jalovic a volů plemene čestr. Tento typ masa – tedy přeštík, jalovice a voli – se v současné době v podstatě nezpracovávají. Neměl nás to tedy kdo naučit, museli jsme sami zjistit, jak s ním zacházet. Dokázat určit, kterou část z těch zvířat zpracovat na šunku a kterou dát na suché zrání a podobně.

**Takové principy automaticky evokují i vysoké finanční náklady. Jsou čeští zákazníci ochotni si za kvalitu připlatit?**

Ano, jsou. Jinak bychom nemohli fungovat. Nejen my, ale celé Ambiente, které je založené na výhradně kvalitních surovinách. K tomu patří i to, co děláme my. S tím souvisí, že i my si za tu surovinu musíme připlatit. Se zvířaty, která si necháváme chovat, jsou spojené vyšší finanční náklady. Ale také tu mluvíme o technologické náročnosti a časové investici. Zpracovat kvalitní výrobek vyžaduje čas – některé maso necháváme zrát i měsíc. Ale na kvalitě produktu je to pak znát, i když nám to navyšuje náklady a ty se musí promítnout v konečné ceně výrobku.

**Amaso je velkoobchod a zpracovatel masa, primárně tedy dodáváme do velkoobchodů a restaurací. A to nejen ze sítě Ambiente, jako je konkrétně Kantýna a Lokály, ale i desítek dalších. A v neposlední řadě musíme zmínit i řeznictví Naše maso v Dlouhé ulici v Praze, které je takovou naší výkladní skříní.**

**Máte data o podílu B2B a B2C zákazníků? A kde je možné vaše maso zakoupit nebo ochutnat?**

Amaso je velkoobchod a zpracovatel masa, primárně tedy dodáváme do velko-

obchodů a restaurací. A to nejen ze sítě Ambiente, jako je konkrétně Kantýna a Lokály, ale i desítek dalších. A v neposlední řadě musíme zmínit i řeznictví Naše maso v Dlouhé ulici v Praze, které je takovou naší výkladní skříní. Zákazníci z celého Česka si maso a uzeniny z Amasa mohou koupit také pod značkou Naše maso na online supermarketu Rohlik.cz, který je jedním z našich největších odběratelů.

### Jak funguje propojení se sítí restaurací Ambiente?

Velmi jednoduše – jsme součástí Ambiente a sdílíme stejné hodnoty a principy. Naopak bych ale chtěl říct, že nejsme jen součástí Ambiente. Jak jsem už zmínil, dodáváme i do restaurací a dalších podniků mimo Ambiente, a snažíme se edukovat a posouvat kulturu masa napříč celým gastronomickým oborem.

### Kromě masa se zaměřujete i na uzeniny. Dají se ještě dnes dělat poctivě s důrazem na lahodnou chuť a složení bez chemických přísad?

Samozřejmě. Ona je ale otázka, co je chemická přísada... U člověka je všechno chemie, i láska. Nebo sůl a paprika. Bez chemických přísad se tak neobejdeme. Důležité pak je, jak se to pojme. My do uzenin používáme sůl i Pragandu, které maso konzervují a zvyšují jeho vaznost (schopnost držet bílkovinu pohromadě). Některé výrobky kořeníme sladkou paprikou, která má velké množství dusičnanů a je také konzervačním prostředkem. Pokud bychom se chtěli pouštět do „éček“, tak i to používáme. Konkrétně v Pragandě je dusitan sodný, a to pouze v množství 0,5 % v poměru k množství soli. Toto malé množství zajišťuje bezpečnější potraviny, protože nedovoluje se rozvíjet „špatným“ mikroorganizmům, ale zároveň podporuje ty „dobré“. Je tedy třeba znát souvislosti, aby si tyhle detaily člověk dokázal uvědomit, vyhodnotit a nepovažoval obyčejné věci za špatné.

### Kolik masa by lidé měli jíst?

Možná to někoho překvapí, ale sám si dám maso jednou nebo dvakrát týdně. A kombinuji drůbež, ryby, hodně ovoce a zeleniny. Je



to o tom, že když už si maso dáte, měli byste zvolit to kvalitní. A když je kvalitní, zjistíte, že ho nepotřebujete tolik. Že všechny potřebné živiny a bílkovinu získáte i z menšího množství.

Lidé by tedy měli více přemýšlet nad tím, co jedí a zda mají dostatečně pestrou stravu. Největším problémem dnešní společnosti je, že máme nadbytek úplně všeho a lidé si bohužel nesprávně poskládají jídelníček. A jedí nekvalitní potraviny. Když mám hlad a sním bagetu na první benzínce, sice si zaplním žaludek, ale šťastným mě to jídlo neudělá...

### Jak poznat kvalitní maso?

Kvalitní maso ve vás po jídle zanechá skvělý pocit. Není vám těžko, ale hezky vás zahřeje a cítíte se nasyceni. Maso má v sobě vysokou energetickou hodnotu, proto ho stačí méně. Ale je důležité si tu bílkovinu – rostlinnou, ale i živočišnou – dopřát.

Když se pak budeme bavit, jak poznat kvalitní maso už v řeznictví, tak jedním z hlavních indikátorů je vůně. V prodejně to zkrátka musí krásně vonět, že se vám hned začnou sbíhat sliny a dostanete na maso chuť. Kvalitu nabízeného masa pak zjistíte jednoduše tím, že se prodavačů zeptáte, odkud pochází. Dobrý řezník by měl vědět, jak bylo zvíře poraženo a jaká byla jeho cesta do řeznictví.

### Na blogu Milujeme dobré maso je spousta zajímavých informací o mase. Pořádáte i nějaká školení nebo kurzy?

Ano, rádi uspořádáme školení pro každého, kdo o to má zájem. Přednášíme ve školách, ale poskytujeme například i konzultace dalším řezníkům. Rádi jim ukážeme, co a jak, protože

je pro nás zkrátka důležité šířit kulturu kvalitního masa. Koncoví konzumenti se pak mohou přihlásit na některý z kurzů v UMu, já vedu dva z nich. Prvním je Čestr a Přeštík, kde ukazují, jak to maso vypadá, co s ním dělá suché a mokré zrní a jaký je rozdíl mezi konvenčním a ekologickým chovem. Ve druhém kurzu účastníky učím, jak na uzeniny doma, a to hlavně po té praktické stránce, ale přičichneme také k historii uzenářství. A edukovat se snažíme i skrze sociální síť Amasa.

### Jak vnímáte rostoucí zájem o rostlinné alternativy nebo laboratorní maso?

To je těžké. Udělat perfektní rostlinnou náhradu masa není podle mě možné. Navíc je třeba se také podívat na původ – velká část zmínovaných alternativ k nám putuje přes půl světa. To není úplně ideální. Osobně budu vždy zastáncem pestrého jídelníčku, do kterého maso patří. Který obsahuje lokální suroviny, a když k tomu budou i kvalitní, nebudete muset maso konzumovat tolik.

### Co chystáte do budoucna?

V příštím roce plánujeme otevřít druhé řeznictví. Celkově neustále vymýšlíme něco nového a konstantně pracujeme na tom, abychom byli v oboru nejlepší. To je nikdy nekončící proces. Vždycky je co zlepšovat, a tak nesmíme usnout na vavřínech. Množství zvířat, které pro nás farmáři chovají, se postupně navyšuje, a i tyto procesy musíme dále vylepšovat. Udržet vysokou kvalitu při vyšší produkci není jen tak. Navíc to není hned, trvá několik let, než zvíře doroste...

za rozhovor poděkovala Dana Halušková



# Je státní zaměstnanec dobrý zaměstnanec?

Řada podnikatelů kritizuje, že stát zaměstnává až příliš mnoho lidí. Nedívím se jim. Ze státního rozpočtu je totiž placeno 9,3 % pracovní síly v naší ekonomice. A podíl, který je potřeba na to ze státního rozpočtu vydat, dosahuje téměř 12 %. Pro ekonomicky aktivní je stát atraktivní zaměstnavatel, slibuje jim určitou jistotu. A tak se ani moc nerozmyslejí, jestli by se přeci jen nezkusili uplatnit v soukromém sektoru. Pro firmy to předznamenává problémy. A zdaleka to není jen složitější a nákladnější obsazování volných pozic, které by mohli zastávat odborníci s kvalifikací, již si odnášejí právě do „státních služeb“.

## Více lidí nezabezpečí větší efektivitu

Bez ohledu na obor se ve firmách všichni shodneme, že udržování či zvyšování počtů zaměstnanců ve státní sféře dostatečně nemotivuje naši republiku (a především její představitele) k tomu, aby se zaměřila důsledně na to, jak státní aparát zefektivnit a zefektivnit. A především, jak tomu podřídit stávající procesy, které by si zasloužily výrazné zjednodušení. Potřebujeme se přesunout od přebujelé byrokracie k systému, který je otevřený, transparentní, jednoduchý a dokáže řešit požadavky s větší rychlostí. Nechci nikomu křivdit, ale zatím je to spíše ve stylu jeden krok vpřed, dva stranou a půl dozadu. Řešením je digitalizace, která by zjednodušila komunikaci, zrychlila tok informací, uvolnila pracovní sílu a šetřila v důsledku náklady státu i podnikatelům a občanům přinejmenším čas. Jsem si jist, že by se do takových projektů rádi zapojili i tuzemští dodavatelé a celý komerční sektor by v tomto kroky státu podpořil. Čím snáze budeme administrativu řešit, čím lepší budeme mít výběr kandidátů na trhu práce, tím více prostoru zbude na podnikání a zlepšování hospodářských výsledků. Státní kasa na tom bude jen profitovat. Byl bych rád, aby tady ta ochota k řešení byla, a byla koncepční, dlouhodobá a nezávisela na čtyřletém funkčním období. Musí to být zkrátka součástí dlouhodobé strategie státu, která by se měla mimo jiné věnovat nejen počtům státních úředníků, ale i lidem zaměstnaným v příspěvkových organizacích státu.

## Proč jdou mladí radši pracovat pro stát

V posledních letech si všímám alarmujícího trendu. Řada čerstvých absolventů středních, vyšších odborných a vysokých škol odchází ihned po studiu do státní sféry. Nikdy si nevyzkoušela život ve skutečném businessu, kde mají procesy úplně jinou dynamiku a kde se jede tvrdě na KPI (key performance indicator). Ptal jsem se proto kolegů podnikatelů kolem sebe, proč se to děje a jaký na to mají názor. Potvrdili mi podezření.

Mladí upřednostňují jistotu a vnímají atraktivně i finanční ohodnocení, které jim stát nabízí. Chtějí mít teplé místo a klid. Netouží se nějak zvlášť prát se světem a čelit velkým výzvám. Z práce chtějí odcházet s čistou hlavou. Nechtějí si dělat starosti s tím, jestli obstojí a jestli budou muset řešit, z čeho splatí hypotéku. Samozřejmě nemohu paušalizovat, ale přehlížet tato fakta nelze.



Ing. Jiří Jemelka, MBA

Pro stát tu číhá nebezpečí, protože s takovými lidmi se potřebné změny prosazují jen těžko. Pravdou také je, že řada motivovaných právě ve státních službách o svou jiskru přijde. Jejich potenciál uspí nebo promarní samy instituce. Protože fungují svým zaběhnutým způsobem, který slouží více jim a udržuje jejich status quo. Tahle dvousečná zbraň nás může ještě hodně potrápit.

## Těžké probuzení v businessu

Pracovat pro stát není legrace, i když to vypadá jako pohodička. Ukáže se to až tehdy, když chce státní zaměstnanec změnit svou kariérní dráhu a touží přejít do soukromého sektoru. Teprve v kontaktu s realitou ostrého firemního života zjišťuje, co se mu ve státních službách přihodilo. Jak se změnil jeho zdroj a schopnosti na straně motivace, odolnosti, kreativity či flexibility. Po pěti až deseti letech pod ochrannými křídly státních institucí většina zaměstnanců propadne stereotypu, se kterým se my podnikatelé nedokážeme smířit. Vše se

řeší od pondělí do pátku a pak je piánko. Práce v předepsaných limitech, rigidní plnění příkazů. Pro člověka ze státní sféry je prostě velice těžké dát práci víc, než je nezbytně nutné. Protože se to nenaučil dělat jinak. Firmy ale prosperují na úplně opačném modelu: zužitkovat potenciál, který se v jednotlivcích skrývá, a nechat je, aby ho aktivně rozvíjeli a překračovali svou komfortní zónu.

Lidé, kteří léta patřili mezi státní zaměstnance, se v dynamickém a nestabilním světě businessu cítí pod neustálým tlakem. Vyráží dva až tři měsíce. Potřeba rychlé adaptace a flexibilního řešení problémů v jejich nitru vyvolává až ochromující stres. Snižuje se jejich výkon, přichází únava. Tito zaměstnanci dojdou snadno k přehlcení, začnou být rezignovaní a práce pro ně přestává být radostí, protože převyšuje jejich kapacitu pro zvládnání stresu. Ačkoli by změnu chtěli a toužili by obstat v novém prostředí, léta strávená ve státní sféře je na to nevybavila. Nevládají tempo změny a komunikace ani požadavky na kreativní řešení nejrůznějších událostí. A následně odcházejí. Nejčastěji lze tyto scénáře vidět v retailu a v silně obchodně orientovaných firmách. A je jedno, jestli se člověk dostane do středního managementu, obchodního týmu, nebo mezi vedoucí prodejen.

## Investičně náročnější a vyšší míra rizika

Pracovat se zaměstnanci, kteří přicházejí ze „státních služeb“, je vždy náročnější, než by se na první pohled mohlo zdát. Jsou spolehliví a loajální, ale nepatří mezi ty nejodolnější. Vyžadují často více péče a ujištění, potřebují vnímat vyšší míru jistoty. Obvykle se do nich musí více investovat. Přesně nevíme, že to zvládnou a že se celý proces výběru nového kandidáta se všemi náklady na jeho zaškolení nerozjede nanovo. Pokud soukromý sektor nabídne jen zřídka. Možná malá nebo střední firma rodinného charakteru... Ale patrně jen do doby, než se z ní stane ta velká. Nejen, že mne to mrzí, ale upřímně mne děsí, že se talenty ve státní sféře často marní. Lidé s potenciálem jej přestanou aktivně rozvíjet a zakrní v těch klíčových oblastech, jež jsou pro běžné komerční subjekty zcela nepostradatelné. Musím se proto ptát, co s nimi bude, když by se stát konečně vydal štihlejší cestou svého fungování. A zákonitě k tomu dojít musí, protože nejrůznější odvody, daně a podobné instituty nelze neustále zvyšovat, aby bylo možné z příjmů státního rozpočtu ufinancovat veškeré nezbytné výdaje.

Ing. Jiří Jemelka, MBA,  
zakladatel společnosti JPF Czech

# Češi se obávají nesoběstačnosti, ale pojišťovny nabízejí řešení

Nesoběstačnost ve stáří dělá Čechům starosti. V aktuálním průzkumu IBRS se jí obává přes dvě třetiny lidí. „Každý, kdo má nějakou zkušenost se starostí o nesoběstačného člena rodiny, potvrdí, že vyřešení takové situace není jednoduché. Sehnat příslušné zařízení či zajistit pečovatelskou službu mnohdy zůstane na jeho nejbližších, kteří tuto starost převzou. Pojištění soběstačnosti by mělo přinést úlevu rodině, zaměstnavatelům, a koneckonců i státu,“ vysvětlil Petr Procházka, ředitel Úseku pojištění osob v pojišťovně Kooperativa:

## Opravdu může být péče o nesoběstačné spoluobčany takový problém?

Již dlouho se mluví o tom, že česká populace stárne, zároveň je stále více i lidí trpících ztrátou soběstačnosti. V roce 2023 to bylo 361 000 osob, z přes 70 % bylo starších 65 let. A odhady ukazují, že do roku 2050 dosáhne počet osob závislých na cizí pomoci téměř jednoho miliónu. O tyto lidi se většinou starají příbuzní. Taková péče má své výhody, ale

**Pojištění soběstačnosti funguje tak, že po priznání závislosti na péči nebo ztráty soběstačnosti začne pojišťovna vyplácet pojištěnému člověku měsíční rentu, a to až do konce jeho života. Pojistné plnění je přitom vypláceno bez ohledu na to, zda žije doma, nebo v pečovatelském zařízení.**

vyžaduje opravdu hodně sil i peněz. Z průzkumu jsme zjistili, že se na tuto situaci snaží lidé připravit. Třetina jich uvedla, že si budou šetřit peníze na péči, případně na nákup potřebných služeb, sami. Když jsme jim představili možnost pojištění soběstačnosti, 63 %

respondentů uvedlo, že ho považuje za atraktivní, zejména z důvodu jistoty a zajištění.

## Dokážou si lidé představit, jak pojištění soběstačnosti vypadá v praxi?

Abychom jim to co nejvíce zjednodušili, využili jsme v průzkumu konkrétní příklad. Tedy že klient si pojištění soběstačnosti sjedná v 50 letech a platí 1400 Kč měsíčně. Po mrtvici je jako senior nesoběstačný a pobírá příspěvek na péči. Od pojišťovny dostává každý měsíc pojistné plnění 20 000 Kč a už nic neplatí.

## Ale nedostatek peněz asi není jediným problémem, který může člověka v takovém případě potkat. S čím ještě může pojištění pomoci?

Pojištění soběstačnosti funguje tak, že po priznání závislosti na péči nebo ztráty soběstačnosti začne pojišťovna vyplácet pojištěnému člověku měsíční rentu, a to až do konce jeho života. Pojistné plnění je přitom vypláceno bez ohledu na to, zda žije doma, nebo v pečovatelském zařízení. Výhodou našeho Pojištění soběstačnosti FLEXI je, že ještě před priznáním závislosti na péči pomůže klientovi náš průvodce péčí a pomůže mu s řešením situace – podáním žádostí, zorientováním se v ostatních příspěvcích a jiné problematice sociální péče, případně pomůže sehnat profesionální péči.

## Jak se vlastně soběstačnost posuzuje?

Soběstačnost se posuzuje ve čtyřech stupních na základě deseti kritérií, které zahrnují základní činnosti, které určují míru nesoběstačnosti a schopnosti se o sebe postarat. Statistiky jsou neúprosné. Každý čtvrtý člověk do 80 let věku se stane závislý na pomoci, do 85 let každý třetí člověk. Naše pojištění si můžete platit doživotně, nemá omezenou dobu trvání a neskončí předčasně, vyplácet ho můžeme začít v jakémkoliv věku.

## Takže příspěvek od státu dostane člověk až po rozhodnutí příslušného úřadu? Co do té doby?

Ano, rozhodnutí příslušného Úřadu práce o nesoběstačnosti znamená, že člověk začne



Petr Procházka

dostávat státní příspěvek na péči od 880 Kč až po téměř 20 000 Kč dle stupně závislosti 1.–4. Zároveň se tento okamžik tedy stane vlastní pojistnou událostí a začne okamžitě dostávat měsíční plnění od pojišťovny. Abychom překlenuli období, kdy úřad o soběstačnosti klienta rozhoduje, což může trvat několik měsíců, budeme klientovi měsíčně vyplácet tzv. předběžné plnění, které je stejné jako plnění při II. stupni závislosti. Předběžné plnění od nás klient dostane, jakmile nahlásí možnost nesoběstačnosti a dodá potřebné lékařské zprávy. Pokud se stane, že Úřad práce nakonec závislost neuzná, vyplacené peníze nám klient vrátet nebude.

## Je nějak pojištění soběstačnosti daňově zvýhodněno, jako je tomu například u životního pojištění?

Ano, část pojistného bude možné uplatnit v rámci daňových odečtů. Celkem je možné si ze základu daně odečíst až 48 000 Kč ročně. Ale musím upozornit, že tato částka je souhrn za všechny čtyři daňově zvýhodněné produkty zajištění na stáří. Tedy za stávající životní pojištění a penzijní připojištění, a dva nové produkty, dlouhodobý investiční produkt, a právě pojištění soběstačnosti.

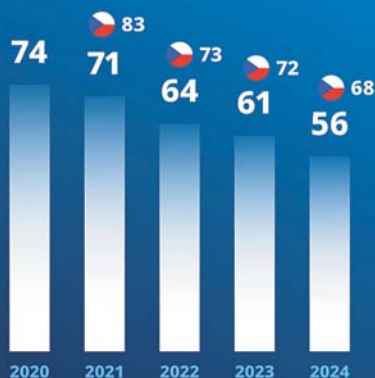
ptala se Kateřina Šimková

# Spokojenost se systémy zdravotní péče napříč Evropou stále klesá

Národní systémy zdravotní péče potřebují revizi – to je převládající názor evropské veřejnosti. Spokojenost s nimi totiž klesla na historické minimum (56 % Evropa, 68 % Česká republika) a mnozí Evropané tento stav berou jako výzvu k tomu, aby začali více pečovat sami o sebe – pravidelný pohyb, zdravá strava či aktivity na podporu duševního zdraví představují jen některé z nástrojů, které lidé využívají k tomu, aby kompenzovali vnímané systémové nedostatky a postarali se o své zdraví. Oproti loňsku se zhoršilo i vnímání vlastního duševního zdraví Evropanů (z 67 % spokojených na 65 %). Duševní pohoda Čechů se snížila z 57 % z roku 2023 na letošních 53 %. Většina Evropanů je sice dle svých slov obecně šťastná, ale 52 % dotazovaných (ČR 54 %), a to především mladší generace, se potýká s osamělostí.

Spokojenost se systémy zdravotní péče klesá čtvrtý rok v řadě – na alarmující historické minimum

Všechna data v %



STADA Health Report se ve svém jubilejním desátém vydání pustil nejen do zmapování trendů v myšlení a obavách Evropanů v oblasti zdraví, ale nabízí také možná řešení problémových oblastí. „Evropané opět promluví. Spokojenost s národními systémy zdravotní péče klesla napříč Evropou již počtvrté v řadě. Je to alarmující trend, který musíme spolu s politiky, regulačními orgány, lékaři a lékárníky pochopit a přijít s kroky, které ho zvrátí. Zároveň je však povzbudivé, že lidé všech věkových i etnických skupin napříč Evropou začínají více pečovat o své zdraví – duševní i fyzické,“ řekl o výsledcích studie STADA Health Report 2024 Peter Goldschmidt, CEO STADA.

### Na historické minimum

Nedostupnost lékařských prohlídek, úroveň zdravotnických služeb, nedostatek personálu a obecná nedůvěra v politiky v oblasti zdra-

voctví – to jsou hlavní příčiny nespokojenosti Evropanů se systémy zdravotní péče. Aktuálně je spokojených jen 56 % Evropanů, což znamená celkový pokles o 18 procentních bodů od roku 2020. Nejvyšší nespokojenost je mezi Maďary (72 %), kteří se průzkumu zúčastnili poprvé. Následují obyvatelé Kazachstánu (67 %) a Srbska (65 %). V České republice je nespokojených 28 % dotazovaných. Nejvyšší meziroční pokles spokojenosti byl zaznamenán ve Velké Británii (-11 pb), Kazachstánu (-10 pb) a v Německu (-8 pb). Vedle kritiky mají však Evropané i řadu nápadů, které by mohly vést k opětovnému růstu spokojenosti: téměř každý druhý (48 %, ČR 46 %) věří, že by pomohlo, kdyby měli lidé, kteří tvoří zdravotnické zákony, lékařské vzdělání. Podobné množství dotazovaných (47 %, ČR 40 %) volá po zvýšení platů ve zdravotnictví, jež by motivovalo více lidí



k práci v tomto oboru a mohlo by částečně zmírnit tlak, který ve zdravotnictví napříč Evropou aktuálně panuje. V České republice se pak 57 % respondentů domnívá, že situaci by pomohl i důraz na lokální výrobu léčiv namísto jejich importu.

### Lékaři a lékárníci vědí, co je nejlepší

Ačkoliv nespokojenost se zdravotními systémy je citelná, důvěra v konvenční medicínu vzrostla. Téměř sedm z deseti Evropanů (69 %) říká, že konvenční medicínu důvěřují do značné míry nebo zcela – jde tak o posun o sedm procentních bodů od roku 2022. Nejvíce je to patrné u Finů (84 %) a Španělů (82 %), v České republice konvenční medicínu do značné míry nebo zcela důvěřuje 60 % lidí. Napříč Evropou je pak tato důvěra větší u mužů (73 %, ČR 65 %) než u žen (65 %, ČR 55 %). A co je hlavním důvodem? Zdá se, že za vysokým hodnocením stojí primárně respekt k odbornosti zdravotnického personálu: téměř polovina respondentů (48 %) si velmi cení odborných rad lékařů a lékárníků. Nejvíce tyto odborníky a jejich názor oceňují lidé v Belgii a Irsku (oboje 56 %), Německu a Nizozemsku (oboje 55 %) a v České republice, Dánsku a Velké Británii (shodně 53 %).

### Systémová nespokojenost vede ke zvýšené péči o sebe sama

Klesající spokojenost se zdravotnictvím má však i vedlejší efekt. Stále více Evropanů bere otázku svého zdraví do svých rukou: 89 % (ČR 90 %) z nich cíleně dělá alespoň jednu věc, která vede ke zlepšení jejich celkové pohody. Například ve Finsku (66 %), Španělsku (62 %) a Itálii (60 %) lidé cvičí častěji než zbytek Evropy (50 %, v České republice jen 41 %). Třetina lidí (33 %) pravidelně absolvuje lékařské prohlídky a užívá doplňky stravy (32 %).

„Česká republika se v obou případech vymyká průměru – preventivní lékařské prohlídky navštěvuje 56 % obyvatel a doplňky stravy pravidelně užívá více než polovina lidí (51 %), což nás staví v tomto ohledu na první místo v žebříčku,“ dodal Martin Šlégl, generální ředitel STADA pro Českou republiku. Téměř třetina Evropanů (31 %, v ČR 30 %) považuje za investici do vlastní pohody i čas trávený s blízkými či skupinové aktivity, jako jsou například čtenářské kluby.

### Mladí Evropané bojují s pocitem osamělosti

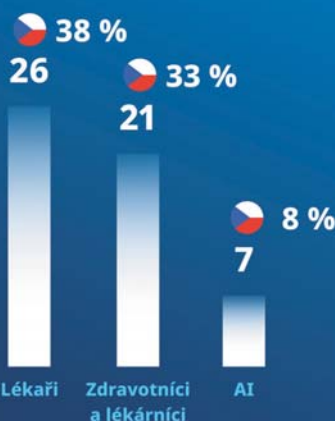
Ačkoliv meziroční pokles vnímání spokojenosti s vlastním duševním zdravím je jen mírný (z 67 % v roce 2023 na 65 % v letošním roce, v ČR z 57 % v roce 2023 na 53 % v 2024) a většina Evropanů uvádí, že jsou „celkem“ nebo „úplně“ šťastní, stále existuje důvod k obezřetnosti: bližší pohled totiž odhaluje, že 52 % lidí napříč kontinentem se potýká s pocitem osamělosti, v České republice je to 54 %. Nejvíce osamělých je mezi mladou generací od 18 do 34 let (52 % všech mladých se cítí osaměle, v České republice dokonce 68 %), ačkoliv právě mladí lidé jsou mezi sebou v porovnání s ostatními generacemi nejpropojenější. Nadměrné množství času tráveného v online prostoru je jen částí tohoto

problému: mladá generace nejčastěji uvádí, že důvodem jejich osamělosti je fakt, že tráví příliš mnoho času prací (27 %, ČR 26 %) a situaci by podle nich zlepšila lepší rovnováha mezi soukromým a pracovním životem. (tz)

STADA Health Report 2024 – závěry z šestého mezinárodního průzkumu realizovaného farmaceutickou společností STADA ve spolupráci s agenturou Human8 Consulting, který byl proveden v průběhu února–března 2024 na reprezentativním vzorku 46 000 respondentů z celkem 23 zemí, včetně Belgie, Bulharska, České republiky, Dánska, Finska, Francie, Irska, Itálie, Kazachstánu, Maďarska, Německa, Nizozemska, Polska, Portugalska, Rakouska, Rumunska, Slovenska, Srbska, Španělska, Švédska, Švýcarska, Uzbekistánu a Velké Británie. (Reprezentativní vzorek pro každou zemi zhruba 2000).

Praktičtí lékaři a lékárníci jsou v případě udílení doporučení v oblasti zdravotní péče vnímání o mnoho důvěryhodněji než umělá inteligence.

Všechna data v %.



# 52 %

Evropanů se neustále, často, nebo příležitostně cítí osaměle

# 54 %



Vítá vás osamělost

Login



## Injekce do oka

Čekalo mne vyšetření, aby se potvrdila pravda, o níž jsem nechtěla ani slyšet. Ucpaná žíla, otok sítnice jednoho oka. Můj celoživotní optimismus skončil v odpadkovém koši. Čekala mne léčba injekcemi, které se aplikují přímo do sklivce. Zachvátila mne panika. Kamarád Google sice píše, že to nebolí, ale internetu prý nemáme věřit. Jenže já nevěřím moc ani

doktorům, kteří se chytrou psychologií snaží dostat pacoše do pohody. Mám je prokouknuté. Je to jen hra. Na sálku jsem ulehla na lehátko a než jsem vznesla poslední otázku, bylo hotovo. A fakt to nebolelo! Jak snadné je propadnout strachu, jak snadné je přiznat, že i někdo jiný než já má pravdu! Jo, a taky už lépe, vidím... **Eva Brixí, šéfredaktorka**

### čtěte s námi

## Pekařská kavárna Zrno Zrnko na další adrese

**Nusle, Tylovo náměstí, Senovážné náměstí, Brumlovka, Holešovice, Dejvice, a nyní také Smíchov.** K radosti všech příznivců poctivého chleba, sladkého i slaného pečiva a výtečné kávy se Zrno Zrnko zabydluje v další pražské lokalitě – v nové Smíchov City. Zrno Zrnko našlo prostor v této nové pražské čtvrti, která se rodí na místě bývalého nákladového nádraží. Probíhající postupná proměna brownfieldu na ploše téměř 20 ha se zapíše do historie jako největší realizovaný jednorázový projekt. A Zrno Zrnko je u toho! Pekařská kavárna je zákazníkům k dispozici v ulici Toyen, v rezidenční části vznikající v rámci 1. etapy výstavby Smíchov City. Ambicí investora je vytvořit novou městskou část, která se stane moderní alternativou k historickému jádru metropole a na jednom místě propojí práci, bydlení, nakupování, školu a odpočinek. „Dlouho jsme čekali na to správné místo na Smíchově. Je tam již dnes několik dobrých kaváren, ale podle nás jich není dost... A stejně tak je to s řemeslnými pekárny: prostor a poptávka tam určitě je. Navíc my budeme na rozhraní staré a nové zástavby, na jednu stranu u metra a kousek od Anděla, na druhou stranu jsme hrdou součástí zásadního developmentu, který v pozitivním smyslu zahušťuje, a hlavně zabydluje širší centrum města,“ řekl Ondřej Kuchař, spolujednatel řemeslné pekárny Zrno Zrnko. (tz)

partneři [www.freshtime.cz](http://www.freshtime.cz)



### Prosperita Fresh Time

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 13, říjen 2024

Vydává RIX, s. r. o., Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9

**Šéfredaktorka:** PhDr. Eva Brixí-Šimková  
e-mail: brixii@iprosperrita.cz, mobil: 602 618 008

**Šéfredaktor [www.freshtime.cz](http://www.freshtime.cz):** Martin Šimek,  
e-mail: martin@iprosperrita.cz, mobil: 606 615 609

**Redakční tým:** Bc. Kateřina Šimková, Dana Halušková

**Grafický design:** Michal Schneidewind

**Korektury:** Mgr. Pavla Rožníčková

**Tisk:** Triangl, a.s., [www.trianglprint.cz](http://www.trianglprint.cz) **triangl print**

**Distribuce:** 5 P Agency, spol. s r. o.

Placené textové materiály jsou označené grafickým symbolem ■■■

[www.freshtime.cz](http://www.freshtime.cz)

**Internetový marketing:** Media Know, [www.mediaknow.net](http://www.mediaknow.net)

## Nadace Kooperativy pomáhá obcím budovat odolnější krajinu

**Obnova krajiny a preventivní opatření jsou klíčové pro ochranu našich obcí před ničivými účinky záplav a sucha.** Česko se vlivem klimatických změn stále častěji potýká s extrémním suchem, které vyčerpává vodní zdroje, ale i s prudkými lijáky, které vedou k nečekaným záplavám. Tyto jevy již dnes mají ničivý dopad na některé regiony Česka a očekává se, že se situace v budoucnu ještě zhorší. Proto je nutné přizpůsobit krajinu tak, aby lépe odolávala těmto výzvám a chránila majetek a životy našich občanů.

### Grant jako pomocná ruka

V rámci Prevenčního programu pro odolnější krajinu spustila Nadace pojišťovny Kooperativa v březnu letošního roku grantovou výzvu, která financuje studie proveditelnosti pro obce, jež chtějí předcházet záplavám na svém území. Tyto studie přináší praktické návody, jak začít s obnovou krajiny, zahrnují hydrologické analýzy, průzkumy vlastnictví pozemků, krajinářská hodnocení a návrhy na financování. Na jejich zpracování se podílejí odborníci na krajinu, ekologové a vodo hospodáři ze spolku Voda, Lidé, Krajina a Krajinohled. Existuje mnoho způsobů, jak účinně bojovat proti suchu a povodním, zejména pomocí ekologických opatření, která zvyšují schopnost krajiny zadržovat vodu, podporují biodiverzitu a posilují odolnost proti erozi větrem a deštěm. Mezi tyto postupy patří například strategické vysazování stromů, obnova remízku a mokřadů, vytváření zatravnovacích ploch, rybníků a tůní.

### Kdo letos získá podporu

Letos se do grantového řízení přihlásilo celkem devět obcí, z nichž šest bylo vybráno jako vhodný adept pro získání finanční podpory na vypracování studie proveditelnosti. Pro výběr kandidátů bylo třeba uvážit mnoho kritérií, která byla výsledkem zkoumání krajiných podmínek v obci, analýzy mapových podkladů a konzultací se zástupci obce. Obce, které letos získaly nárok na finanční podporu od Nadace Kooperativy, jsou Břšany, Brniště, Křižany, Prostřední Poříčí, Skvrňov a Stvořínky. Každá z těchto obcí čelí jedinečným výzvám – od extrémního sucha po podmáčené oblasti – a vyžaduje proto specifická řešení, která budou přizpůsobena místním podmínkám. Například v Břšanech v žateckém regionu je sucho natolik závažné, že jeho zvládnutí přesahuje hranice obce a mělo by být řešeno na úrovni celého kraje.

### Směrem k systémové změně

Cílem programu je kromě akutní pomoci v obcích také nastavení systémové změny v nakládání s krajinou za účelem zvýšení její pestrosti, podpory biodiverzity a ekologické stability. Nadace Kooperativy finančně přispívá na činnost neformálního sdružení Koalice pro krajinu, které usiluje o lepší nastavení dotací a realizaci komplexních projektů v oblasti obnovy krajiny v Česku.

### Podpora aktivních

Díky podpoře Nadace nabízí Koalice pro krajinu všem českým obcím zdarma potřebné informace, konzultace a podporu při přípravě jejich vlastních projektů a opatření, které posílí odolnost krajiny vůči suchu, erozi půdy a lepší zadržování vody.

**Jakákoliv obec se může stát přidruženým členem Koalice pro krajinu a získat:**

- pravidelná doporučení na otevřené grantové a dotační výzvy, které se dají využít pro aktivity spojené s obnovou krajiny,
- pravidelné informace o připravovaných legislativních změnách spojených s obnovou krajiny na evropské i národní úrovni,
- možnost průběžně sledovat a zapojit se do jednání s politiky o podpoře obnovy krajiny,
- možnost konzultovat postup obnovy krajiny v katastrofu obce,
- příležitost sdílet zkušenosti a rady s dalšími obcemi.

(tz)

# S hledáním závad budou pomáhat automatické drony a umělá inteligence

**Automatické drony při inspekcích elektrického vedení, a následné vyhodnocování těchto kontrol pomocí umělé inteligence testuje ve svém provozu distributor EG.D, člen skupiny E.ON. Technici společnosti nejdříve vytvoří pomocí manuálního letu 3D model elektrického vedení velmi vysokého napětí. Následně tuto trasu nahrají do dronu, který po ní automaticky létá a pořizuje stovky snímků. Ty pak vyhodnocuje umělá inteligence, která hledá případné poruchy, a navíc se na základě získaných dat učí odhalovat další souvislosti. Díky tomu se výrazně zkracuje doba hledání závad, čímž se zrychlují i případné opravy na elektrickém vedení. Do ostrého provozu chce EG.D tuto inovativní technologii jako první distributor v České republice nasadit od ledna příštího roku.**



„Nároky na distribuční soustavu se každoročně zvyšují. Abychom mohli našim odběratelům zajistit stabilní a bezpečné dodávky elektřiny, musíme naši distribuční síť neustále rozvíjet, modernizovat a udržovat. Využíváme k tomu chytré technologie, které nám pomáhají i při kontrolách vedení na všech napěťových hladinách. Pilotované drony používáme při kontrolách na vedení velmi vysokého napětí v ostrém provozu už více než rok na celém našem distribučním území. Chceme jít však ještě dále. Nasazení automatických letů a vyhodnocování získaných dat pomocí umělé inteligence je pak dalším krokem k ještě větší efektivitě při údržbě naší sítě,“ přiblížil David Šafář, člen představenstva distribuční společnosti EG.D.

Distributor v současnosti automatické drony v kombinaci s umělou inteligencí testuje a do ostrého provozu je chce nasadit od začátku příštího roku. První zkušební lety se konaly letos v dubnu na Pelhřimovsku, kde má EG.D vybudované zcela nové vedení velmi vysokého napětí. Další ověřování pak proběhlo v červnu v okolí Hustopečí na Břeclavsku. Zde je naopak vedení staršího typu. Je to z toho důvodu, aby umělá inteligence měla

k dispozici široký balík dat. „Nejdříve je však nutné vytvořit 3D model vedení. Dronem proto nejprve naskenujeme pomocí technologie Lidar požadovanou trasu, po které následně dron automaticky poletí, a dráhu letu do něj před samotnou akcí nahrajeme. Je to z toho důvodu, abychom při testování věděli, že v letové trase není žádná překážka. Na základě tohoto digitálního modelu pak bezpilotní letouny samy létají po definovaných trasách a vyfotí stovky snímků vedení. Pořízené fotografie následně validují naši pracovníci, a učí tak AI, co je závada, a co ne. Umělá inteligence pak obrázky zpracovává a dokáže najít případné poruchy na vedení. Díky tomu jsme schopni zkontrolovat větší rozsahy naší distribuční sítě, ve větší kvalitě, a ještě tak výrazně rychleji řešit následné možné opravy. Také si tvoříme rozsáhlou databázi a zároveň sdílíme data i s kolegy z E.ONu z dalších zemí,“ osvětlil Miroslav Kopt, vedoucí strategických projektů EG.D.

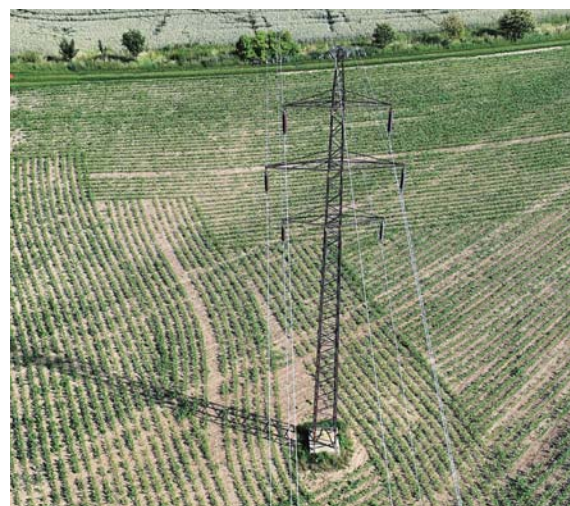
Právě velikost koncernu E.ON umožňuje tuземskému EG.D čerpat zkušenosti z jiných států. Automatické drony a vyhodnocování výstupů pomocí umělé inteligence se nedávno osvědčily už v Německu nebo ve Švédsku.

České EG.D je pak v rámci koncernu E.ON teprve třetí zemí, kde je tato inovativní technologie testována a plánuje se její uvedení do ostrého provozu.

Ještě před tím však budou následovat ostatní zkoušky. „Dalším krokem bude získání zkušeností s letem mimo přímý dohled pilota. Na podzim proto plánujeme rozšířit trasy, po kterých budou automatické drony létat, až na 50 km vedení velmi vysokého napětí,“ dodal Miroslav Kopt.

Využívání dronů, nejen těch automatických, při kontrole vedení má hned několik výhod – šetří čas, zvyšuje bezpečnost práce a minimalizuje přerušování dodávek elektřiny při hledání závad. Dříve se kontroly stožárů a vedení prováděly v terénu pomocí dalekohledu, popřípadě se kombinovaly s fyzickou kontrolou postiženého úseku, kdy montér musí vylézt nahoru a vyhodnotit situaci zblízka. „To je sice pro identifikaci závady velmi přesné, na rozdíl od dronu ale tento způsob zabere mnohem více času kvůli dalším nutným úkonům, které s ním souvisejí. Drony zkracují hledání poruch z několika dnů na pouhé hodiny, dokážeme s nimi rychleji zkontrolovat mnohem delší úseky než dříve. A navíc zvyšují bezpečnost práce našich zaměstnanců. Na základě našich dat už teď víme, že drony nám velice pomáhají a automatizace dalších úkonů nám přinese nové možnosti,“ řekl Josef Basik, vedoucí provozu sítě velmi vysokého napětí EG.D. Při využití dronu také nemusí technici zařízení pod napětím vypínat (na rozdíl od fyzické kontroly), a zákazníkům tak neomezují dodávky elektřiny.

V současnosti EG.D kontroluje vedení velmi vysokého napětí pomocí jedenácti dronů a má více než dvacítka vyškolených pilotů. Do budoucna plánuje jejich počet, stejně jako množství dronů, rozšířit. K dispozici by je měli mít například i montéři, kteří kontrolují i vedení vysokého a nízkého napětí. (tz)



# Nový Hyundai TUCSON. Naštěstí máte TUCSON.



Již od  
**649 990 Kč**

Představujeme Vám nový TUCSON z Nošovic. Opravdu všestranné SUV vás ohromí například odemýkáním a startováním telefonem, head-up displejem či matrix LED světlomety. Navíc nastavuje nové standardy mimořádně bohatou základní výbavou vč. 12" navigace se vzdálenými aktualizacemi a parkovací kamerou, bezklíčového přístupu a startování či 17" alu kol. Je dostupný jako benzin, diesel, hybrid či plug-in hybrid. **Více na [www.hyundai.cz](http://www.hyundai.cz).**

**AUTOCENTRUM  
DOJÁČEK**

**AUTOCENTRUM Dojáček, spol. s r.o.**

U Seřadiště 65/7  
Praha 10 – Vršovice  
[www.dojacek.cz](http://www.dojacek.cz)

 **HYUNDAI**

**5** LET  
Záruka  
bez omezení km

**8** LET  
Záruka  
na baterii / 160 000 km



Hyundai TUCSON – kombinovaná spotřeba 4,9 – 8,0 l/100 km, emise CO<sub>2</sub> 129 – 182 g/km.