



Startuje 7. ročník soutěže pro organizace ze soukromého i veřejného sektoru, které kvalitou žijí. Ověřte si, co je klíčové pro váš úspěch.

**Uzávěrka přihlášek je 30. září 2024**

**www.csq.cz**

INZERCE

# Lákavé obaly šetrné k planetě i legislativa aplikovatelná v praxi



Jaký chce mít zákazník obal na potraviny, prádlo nebo boty? A co

všechno musí špičkový obal nejen z hlediska kvality, udržitelnosti nebo designu splňovat? Neměl by to být tak trochu třeba zázrak? Asi ano. Nejnovější technologie obalového průmyslu jdou procesu vstříc. A obalový institut SYBA napomáhá všemu tomu, co se do praxe má prosadit, počínaje diskuzemi nad trendy designu a konče připomínkami k formování legislativy, která ovlivňuje výrobce, obchodníky i spotřebitele. Co je jejím posláním a oč usiluje? Iva Werbynská, ředitelka zmíněné organizace, vysvětlila:

### Proč kdysi vlastně vznikla SYBA?

Obalový institut SYBA vznikl jako reakce na potřebu zlepšit úroveň znalostí a inovací v oblasti obalové techniky a technologií v České republice. Cílem bylo vytvořit specializované pracoviště, které by se zabývalo vzděláváním, výzkumem a vývojem obalů a jejich designu.

### A jak se od té doby proměnila?

Od svého založení prošel Obalový institut SYBA významným vývojem, který reflektuje jak změny v obalovém průmyslu, tak i nové požadavky trhu a společnosti. Původně se institut zaměřoval hlavně na výzkum a vývoj nových obalových materiálů a technologií. Postupem času se však jeho zaměření rozšířilo na širší spektrum témat, včetně recyklovatelnosti a celkové udržitelnosti obalových řešení, legislativních povinností spojených s obaly napříč Evropou.



Iva Werbynská, ředitelka Obalového institutu SYBA

S rostoucím tlakem na ekologickou odpovědnost a změnami v legislativě se institut intenzivněji zaměřil na vývoj ekologicky šetrných obalových materiálů a technologií, zahrnující nejen recyklované materiály, ale i biologicky odbouratelné obaly a obaly s delším životním cyklem. Tato spolupráce nyní zahrnuje nejen velké korporace, ale i malé a střední podniky, které hledají inovativní obalová řešení.

Institut nadále rozvíjí své vzdělávací aktivity a nabízí specializované kurzy a školení zaměřené na nejnovější trendy a technologie v obalovém průmyslu, čímž se stává klíčovým partnerem nejen pro technické specialisty, ale i pro manaže-

ry a strategické plánovače v této oblasti. S rozvojem globalizace se institut také více zapojil do mezinárodní spolupráce, navazuje partnerství s podobnými organizacemi v zahraničí, účastní se mezinárodních projektů a sdílí své know-how napříč hranicemi. V tuto chvíli vedeme sekretariát Evropského obalového konsorcia a zároveň jsem i ambasadorkou celosvětové obalové asociace, World Packaging Organization. Tyto proměny nám umožnily udržet si významnou pozici v oblasti výzkumu, inovací a vzdělávání v obalovém průmyslu, přičemž stále reagujeme na aktuální výzvy a potřeby trhu.

**pokračování na straně 4**

# Kdy se fotovoltaiky přestávají vyplácet

Ačkoliv mají již smlouvu o připojení, fotovoltaiku pro dodávání elektřiny do sítě sta-  
vět nechtějí. Firmám se kvůli poklesu cen elektřiny přestává dokončit těchto projektů vyplácet. Raději proto realizují fotovoltaické elektrárny pouze pro pokrytí vlastní spotřeby. Důvodem je také očekávaný růst distribučních poplatků v následujících letech. Utluštění části poptávky aktuálně pocítují zejména velkoobchody s elektrem, které v minulosti pořídily obrovské množství solárních panelů a nyní se je snaží prodat za zlomek původní ceny.

Pokles cen elektřiny pro mnoho firem znamená, že nad stavbou či instalací fotovoltaické elektrárny začínají přemýšlet jinak než před rokem či dvěma. „Prioritou pro podniky je aktuálně provoz fotovoltaiky čistě pro vlastní spotřebu. Důvody jsou v zásadě dva – pokles cen elektřiny a nárůst distribučních poplatků, u kterých se očekává, že bude v dalších letech pokračovat,“ řekl Pavel Urubek, jednatel společnosti MJEnergie. Ještě v době, kdy byly ceny elektřiny extrémně vysoké, přitom řada firem budovala fotovoltaické elektrárny, prostřednictvím kterých mohla elektřinu dodávat do sítě. Díky vysokým výkup-

ním cenám to pro ně bylo z ekonomického hlediska lákavé. „Dříve byly ceny úplně jiné. Výkupní se pohybovaly i kolem 3800 Kč za megawatt-hodinu, loni pak zhruba okolo 3500 Kč, což bylo pro výrobce velmi lákavé. Dnes, pokud chce firma za stejné množství elektřiny dostat fixní částku, dostane nabídku maximálně na 500 Kč,“ uvedl Pavel Urubek.

Nicméně i to podle něj nebývá pravidlem, v některých případech totiž dodavatelé nabízejí výrobcům z řad firem částky odvozené od aktuálních spotových cen. „Fixovat se velmi často nevyplatí, v některých hodinách jsou totiž ceny elektřiny nulové, nebo dokonce záporné,“ řekl jednatel společnosti MJEnergie s tím, že právě tyto situace jsou typickým důvodem, proč se firmy oproti posledním dvěma letům mnohem častěji kloní k tomu, aby elektřinu vyrobenou díky fotovoltaice využily pro vlastní spotřebu.

Nepřímo je k tomu vede i druhý důležitý faktor, kterým je růst distribučních poplatků. „Vývoj ceny silové elektřiny je do budoucna velmi obtížně predikovatelný, trh stále svírá nejistota, nicméně s ohledem na aktuální dění může dojít jak k nárůstu, tak poklesu. U distribučních poplatků je naopak prakticky jisté, že do budoucna dále porostou, například vlivem modernizace distribuční sítě,“ sdělil Pavel Urubek. Například letos

došlo v některých případech k nárůstu o více než 100 %, týkalo se to zejména poplatku za použití sítě, u systémových služeb se pak nárůst blížil 90 %. Firmy se proto snaží prostřednictvím vlastních fotovoltaických elektráren snížit množství elektřiny, které ze sítě odebírají, aby tím ponížily také absolutní výši poplatků za distribuci. Určitým paradoxem přitom je, že právě rostoucí počet FVE je jednou z příčin růstu těchto poplatků. Síť totiž musí být dostatečně modernizována, aby přenos energie z fotovoltaik zvládla.

Pokles cen elektřiny tak způsobil, že řada firem, které dříve chtěly na zelené louce stavět fotovoltaickou elektrárnu, mají dnes sice již platnou smlouvu o připojení, ale od původního záměru upustily. Tento vývoj tak může zásadně dopadnout na dodavatele, kteří v době energetické krize viděli v podobných projektech velký potenciál a nyní mají problém s odbytem velkých skladových zásob.

„Situaci pořád nevnímáme jako stabilní, aktuálně například registrujeme problémy, kterým čelí velkoobchody s elektrem. V minulosti nakoupily obrovské množství panelů za vysoké ceny a dnes jich mají v řadě případů prakticky plné sklady a neví, co s nimi. Respektive je prodávají hluboko pod tehdejší nákupní cenou, nyní klidně i za třetinu,“ uzavřel Pavel Urubek. (tz)

# Timber pro dřevostavby

Pod záštitou České rady pro šetrné budovy vznikla nová pracovní skupina Timber. Již nyní čítá přes třicet členů a jejím primárním cílem je šířit osvětu a vzdělávat veřejnost v oblasti dřevostavby a zároveň podporovat jejich výstavbu v České republice. V rámci prvního jednání si skupina určila rámcové priority a garanty aktivit.

„Dřevostavby představují moderní, ekologickou a energeticky úspornou alternativu ke konvenčním stavebním metodám. Pracovní skupina Timber by se měla věnovat vzdělávání a osvětě v oblasti dřevostavby a jejich zakotvení do legislativního rámce,“ řekla Simona Kalvoda, výkonná ředitelka České rady pro šetrné budovy (CZGBC).

Pracovní skupiny České rady pro šetrné budovy mají standardně tři oblasti, legislativní, osvětovou a vzdělávací, které zaštiťují aktivity skupiny. Pro každou oblast si sami členové definují dvě až tři priority a cíle, které mají své odborné garanty. „Okolo dřevostavby koluje řada mýtů, proto oceňuji založení této pracovní skupiny a jsem rád, že mohu být garantem hned dvou cílů, které jsme stanovili, a tedy osvěty a boření mýtů a vzdělávání veřejnosti v obecném přehledu o dřevostavbách,“ uvedl Robert Jára, zástupce vedoucího výzkumného oddělení Materiály a konstrukce Univerzitetního centra energeticky efektivních budov ČVUT.

V rámci vzdělávacího pilíře definovala pracovní skupina Timber dvě priority. Vedle obecného přehledu o dřevostavbách sem patří i téma digitalizace. Do oblasti osvěty pak náleží i případové studie, které připraví tým České rady pro šetrné budovy, a přiblíží tak úspěšně realizované dřevostavby v České republice i v zahraničí.

Ceně dřevostavby a nástrojům finanční podpory se bude věnovat legislativní oblast pracovní skupiny pod vedením garanta Pavla Horáka, architektka a jednatele společnosti Prodesi/Domesi, která navrhuje a realizuje dřevostavby. Druhou prioritou legislativního pilíře je téma pojištění dřevostavby, které v rámci skupiny Timber zastřešuje Petr Kuklík, vedoucí výzkumného oddělení Materiály a konstrukce Univerzitetního centra energeticky efektivních budov ČVUT.

Na základě ustavujícího jednání stanovili členové pracovní skupiny několik cílů a očekávání, mezi které patří zvyšování počtu kvalitních staveb, sdílení zkušeností, bourání mýtů, vzdělávání odborné veřejnosti a zavedení povinnosti začleňovat dřevostavby při výstavbě veřejných budov.

Mezi další pracovní skupiny zastřešené CZGBC patří Brownfields, Hospodaření s vodou, Energie, Cirkulární stavebnictví a šetrné materiály, Zdravé vnitřní prostředí budov a Taxonomie a ESG. (tz)

### Najdete uvnitř listu

|  |   |
|--|---|
| Oba naše podniky jsou hodně sousedské a lokální klientela převládá                           | 3 |
| Naše krytina má nadstandardní vlastnosti a vyšší přidanou hodnotu přesahující běžné předpisy | 5 |
| Iniciativa ČESKÉ POLE pokračuje: nakládané okurky a kmín                                     | 7 |
| Končí cenové výkyvy stavebního materiálu na českém trhu?                                     | 8 |
| Chceme zachytit nastupující trendy   | 9 |

## PROSPERITA®

Prosperita? Především! Nic jiného neřeším.

**Prosperita** je měsíční periodikum o podnikání a vzájemné komunikaci mezi firmami a jejich velkými skupinami, mezi profesními uskupeními a navzájem v prostředí českého trhu. Přednostně informuje své čtenáře o dění v české ekonomice především očima jednotlivých podnikatelských subjektů a svazů, asociací, sdružení, unií, komor a Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR. Velký prostor je věnován prezentacím formou článků a rozhovorů nebo klasické reklamě, která je jediným zdrojem financování tohoto časopisu. Cílem je oslovit široké spektrum podnikatelů a manažerů s tím, že přednost mají informace o aktivním postoji k podnikání a vytváření trvalých hodnot.

**Časopis Prosperita a přílohy**  
Prosperita Madam Business  
Prosperita Fresh Time

www.iprosperita.cz,  
www.madambusiness.cz, www.freshtime.cz

Vydává: RIX, s. r. o.

**Sídlo vydavatelství a redakce:**  
Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9  
IČ: 25763164, DIČ: CZ25763164  
e-mail: brix@iprosperita.cz

**Datum vydání:** 3. září 2024

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

**Martin Šimek**, šéfredaktor internetových médií  
www.iprosperita.cz, www.madambusiness.cz  
a www.freshtime.cz

**mobil:** 606 615 609, **e-mail:** martin@iprosperita.cz

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

**Korektury:** Mgr. Pavla Rožničková

**Grafická úprava:** Michal Schneidewind

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

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

**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 2024 rozšiřován dle vlastního adresáře redakce.

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

## Prosperita partnersky spolupracuje:

■ se společností  
NEWTON Media a.s.



■ s Úřadem  
průmyslového vlastnictví



■ s Českou společností  
pro jakost



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

## PROSPERITA®

Prosperita? Především! Nic jiného neřeším.

www.iprosperita.cz



www.madambusiness.cz



www.freshtime.cz

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

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

V případě, že o zaslání již nemáte zájem, napište nám svůj požadavek, včetně svých údajů z adresního štítku, na [zasilani@iprosperita.cz](mailto: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

## O neprozřetelném varování

Metropole Česka pulzuje a stejně tak každá víska, teploměr trhá rekordy. Turisté obléhají památky. Řidiči tramvají a autobusů stírají pot z čela. Pekaři pečou housky a uzenáři vyrábějí buřty. Lékaři opravují zuby a operují. V kravině se dojí, na silnicích asfaltuje. Jen s ozónovou vrstvou se nějak v nebi kšeftuje. Dostává se ke mně hlášení a varování: nepracuj, nenamáhej se, ve vzduchu je průšvih. No jo, to se nabádá z klimatizované kanceláře. Ale i ten, kdo v ní nás ostatní takhle varuje, se potřebuje po pracovní době dostat nějak domů, třeba vlakem, a koupit si něco k snědku. Jenže co na to mašinfira nebo dodavatel nápojů, že... Taký je třeba plnit plán, rvát se s konkurencí o zisk, o přízeň zákazníka...  
Eva Brixí

## Zaujalo nás

## Ajala čokoládovna slaví deset let

Brněnská čokoládovna Ajala právě slaví deset let od svého založení a jako dárek pro své zákazníky představuje první řadu mléčných čokolád. Ajala tak odpovídá na dlouhodobá přání svých fanoušků, a protože jim chce udělat radost, přichází rovnou se třemi jedinečnými druhy, které stojí za to ochutnat. Od začátku svého působení se Ajala zaměřovala na tmavé čokolády, inspirované tradičními indiánskými recepty. Přesto vždy experimentovala s jemnějšími chutěmi, jako jsou nugátová nebo kokosová čokoláda, kde krémovost zajišťují oříšky či kokos. Nyní, po deseti letech, přináší opravdové mléčné čokolády, aniž by opustila své hodnoty a principy výroby.

„Chceme kvalitní čokoládu přiblížit i těm, kdo té tmavé neholdují. Naše mléčné čokolády jsou stejně skvělé jako ty tmavé, ze stejných prvotřídních surovin, bez zbytečnosti, a jsou prostě pecka,“ řekl zakladatel Filip Teplý.

Ať už jsou její čokolády mléčné, nebo hořké, vždy staví na chuťové rozmanitosti výběrových kakaových bobů, které pečlivě praží tak, aby si zachovaly své jedinečné chutě, vůně i výživové přednosti. (tz)

## Mediální partnerství v roce 2024

1. Soutěž Ambasador kvality České republiky
2. Soutěž Marketér roku
3. Konference Kvalita – Quality 2024
4. Soutěž Česká chuťovka 2024
5. Projekt Inspiromat – Klub manažerek
6. Konference SYMA
7. Konference Dny kvality 2024
8. Soutěž Hvězda GERnetic ČR a SR
9. KZPS: Předvolební debata lídrů kandidátek do Evropského parlamentu 2024

## Redakční rada pracuje ve složení:

- **Jan Wiesner**, čestný prezident Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR
- **Ing. Irena Vlčková**, brand manager FlowBEAUTY s.r.o.
- **Doc. Ing. Rudolf Skuhra, CSc.**, majitel společnosti CONDOR MACHINERY spol. s r.o.
- **Ing. Ivo Gajdoš**, viceprezident České manažerské asociace
- **Ing. Michal Vaněček, Ph.D., MBA**, ředitel a místopředseda představenstva T-SOFT a. s.
- **Ing. Pavel Ráliš, MBA**, zakladatel značky fin4Business
- **Ing. Hugo Kysilka**, poradce a malíř
- **Ing. Vít Pěkný, Ph.D.**, odborník na problematiku automobilového trhu
- **Prof. Ing. Růžena Petříková, CSc.**, členka Rady kvality ČR
- **Ing. Andrea Trčková**, výkonná ředitelka společnosti Mgr. Ladislav Kavan – LK SERVIS
- **Jarmila Janurová**, zakladatelka a jednatelka firmy JaJa Pardubice, s. r. o.
- **Ing. Zdeněk Juračka**, zakladatel a čestný předseda Asociace českého tradičního obchodu
- **Jiří Souček**, obchodní ředitel společnosti Uzeniny BETA
- **Mgr. Olga Stanley**, manažer komunikace, ROSSMANN, spol. s r.o.
- **David Kubla**, ředitel úseku spolkových činností a propagace České společnosti pro jakost
- **PaeDr. Petr Paksí, DBA**, jednatel a obchodní ředitel JAP FUTURE s.r.o.

## Platební morálka českých firem je lepší, než firem z většiny zemí Evropy

**Zpráva o platební morálce, nejnovější studie společnosti Dun & Bradstreet, předního poskytovatele dat a analytiky pro rozhodování podniků, je komplexní studií popisující stav a vývoj mezinárodního platebního styku společností z více než 40 zemí Asie, Severní Ameriky, Evropy, Oceánie a Afriky. Studii vypracovala společnost Dun & Bradstreet Worldwide Network. Podle ní české firmy plní své závazky vůči odběratelům lépe než firmy z většiny hodnocených evropských zemí.**

K premiantům patří Dánsko, Polsko a Rusko, zatímco nejhorší platební morálku mají společnosti z Rumunska, Portugalska a Bulharska. „Údaje pro tuto studii pocházejí z programu výměny zkušeností v oblasti mezinárodního platebního styku DunTrade. Jde o program sledování pohledávek, jehož smyslem je zpracovat souhrnnou analýzu platebních zvyklostí v dané zemi a v jednotlivých odvětvích. Na základě této analýzy je stanovena hodnota Paydex pro společnost, pro které má Dun & Bradstreet DunTrade k dispozici údaje o závazcích,“ vysvětlila Kateřina Klosová, obchodní ředitelka Dun & Bradstreet pro Českou republiku a Slovensko s tím, že Paydex je ukazatelem platební

morálky zkoumaného subjektu vůči vybraným dodavatelům. Umožňuje posoudit míru zpoždění plateb jako referenci pro hodnocení budoucí platební morálky subjektu. U společností, které zveřejňují finanční údaje, je hodnota plateb zaznamenaných v programu přepočtena na obrat společnosti a je zohledněn průměrný obrat krátkodobého chování společnosti.

Analýza hodnotí 14 severoevropských trhů z hlediska platební morálky za poslední tři roky a dopadů geopolitické krize. V den splatnosti a dříve v roce 2023 proběhlo nejvíce plateb v Dánsku (94,2 %), Polsku (82,7 %) a Rusku (79,1 %). Česká republika se s 59,2 % řadí do první třetiny severoevropských a jihoevropských trhů. Na sousedním Slovensku je včas zaplacené 52,3 % faktur. Studie dále pokrývá 12 jihoevropských trhů, na kterých nejlepších výsledků dosáhly maďarské (včas proběhne 73,2 % plateb), slovenské (52,1 %) a francouzské (48,3 %) firmy, zatímco v Rumunsku, Bulharsku a Portugalsku je včas zaplacené méně než pětina pohledávek.

„Dun & Bradstreet analytikou zapadá do každodenní podpory českého podnikání. Ve svém portfoliu má řadu nástrojů a služeb, které firmám pomáhají ověřovat jejich protistrany, minimalizovat rizika spolupráce a také dobývat trh oslovováním nových subjektů,“ uzavřela Kateřina Klosová. (tz)

## Říjen bude v Česku měsícem AI, asociace uspořádá stovku akcí zdarma

**Česká asociace umělé inteligence, která je největší AI organizací v ČR s více než 200 korporátními členy, vyhlásila letošní říjen měsícem umělé inteligence.** V rámci mesic.ai chystá přes 100 akcí zdarma na podporu AI. Ústředním tématem je prohlubování dovedností pro pracovní prostředí v éře umělé inteligence. „Připojit se k nejdůležitější AI události roku může kdokoliv od firem po jednotlivce, mezi akcemi nebudou chybět odborné konference, networkingová setkání i workshopy, na kterých účastníky provedou lektori různými tématy od AI transformace firem po ovládání chatbotů,“ řekl ředitel České asociace umělé inteligence Lukáš Benzl. Akce se uskuteční v unikátním AI hubu na Rohanském nábřeží v Praze, který se otevře na jeden měsíc jako epicentrum AI v ČR. Na jednom místě se budou moci přední odborníci, firmy a uživatelé AI fyzicky potkávat a vyměňovat si zkušenosti. „Naším cílem je vytvořit pulzující AI hub, který zde bude pro každého se zájmem o umělou inteligenci. Uspořádat během jednoho měsíce na jedné adrese přes sto akcí zdarma je velmi ambiciózní, ale nepochybuji o tom, že se nám to podaří,“ dodal Lukáš Benzl. Mezi řečníky nebudou chybět nejvýznamnější osobnosti českého AI ekosystému. Na programu jsou kromě businessových akcí také vzdělávací semináře pro studenty, seniory a neziskové organizace. Kompletní program s možností registrace bude k dispozici od začátku září na adrese mesic.ai. Česká asociace umělé inteligence akcí podpoří Nadaci rodiny Vlčkových. Spolupráce asociace s nadací chce mimo jiné poukázat na to, že AI technologie a zdravotnické služby k sobě mohou mít velmi blízko. (tz)

## Partneři www.iprosperita.cz

hlavní partneři:



partner plus:



partneři:



odborní partneři:



**Prosperita vás provází děním v businessu už 25 let!**

# Oba naše podniky jsou hodně sousedské a lokální klientela převládá

Vést farmářský obchod není v dnešní době vůbec jednoduché. Zuzana Miková s Kateřinou Herešovou v tom ale mají praxi už 11 let, založily totiž firmu Marama s.r.o. Začínaly jako franšizová prodejna Sklizeno a nyní už více než šest let fungují samostatně. Zvládlý přitom několik krizových období, a loni dokonce spolu s Matějem Záhorským otevřely ještě další podnik Špek a víno. Co je pro ně nejdůležitější při výběru dodavatelů? A daří se jim stabilně růst? Na to nám odpověděla Zuzana Miková, spolujitelka společnosti Marama a Špek a víno:

**Co bylo vaší motivací začít podnikat v potravinách a gastronomii? Není to snadný obor...**

S kamarádkou Kateřinou Herešovou jsme přemýšlely, co budeme po mateřské dělat. Ona neměla hlídání a věděla, že už by jí bývalá práce nevyhovovala. Já jsem zase pracovala v IT firmě, se kterou jsem hodně jezdila do zahraničí, a to jsem už taky nechtěla. Kateřina tenkrát četla článek o Sklizenu, které rozjíždělo franšizový koncept, a v tu dobu tu nic podobného nebylo, tak jsme se rozhodly, že to zkusíme. Malí farmáři se tenkrát vůbec nedostávali do velkých řetězců a pro spoustu z nich to platí dodnes. A tak jsme si otevřely farmářský obchod a začali od nich tedy odebírat ucelenou nabídku, jak říkáme, víkendového nákupu. Lidé u nás zkrátka seženou vše od čerstvého pečiva přes maso až po trvanlivé potraviny. Už šest let jsme ale samostatná Marama a hodně nás baví mít svobodu ve výběru dodavatelů a produktů.

**Kdo je váš typický zákazník a odkud přichází? Z ulice, nebo například ze sociálních sítí?**

Lokální zákazník je určitě typičtější, běžnější. Chodí k nám muži i ženy, nejvíce to jsou maminky, ženy, které rády vaří, maso u nás ale nakupují hodně i muži. Věkový průměr je od 25 do 55, přesto máme spoustu stálých zákazníků i mezi seniory, kteří chodí hlavně pro pečivo a také pro oravský špek. Ten je u nás vyhlášený a pojmenovaly jsme podle něj i náš druhý podnik Špek a víno. Zajímavé je, že ho léta bereme od jednoho dodavatele. Zkoušeli jsme i jiného,



Podnikatelky Zuzana Miková a Kateřina Herešová založily farmářskou prodejnu Marama a spoluvlastní také podnik Špek a víno, již provozuje fitma 4Dejvice s.r.o.

ale tento je opravdu nejlepší a na prodejích to je znát. Jsme mu tedy věrní už 11 let.

**Ale to není celý váš příběh, že?**

Jednu dobu jsme v Maramě měly e-shop Woltu, a co si lidé byli schopni objednat, bylo úsměvné, třeba ořechové máslo a sirup, aby si udělali palačinky... Rychloobrátkové věci jsme tam ale mít nemohli, a i tak bylo náročné udržet nabídku aktuální. Wolt pak ještě změnil podmínky, a tak jsme spolupráci ukončili. Nyní fungujeme také jako výdejna PPL. V době ekonomické krize jsme si říkaly, že bychom si tím mohly přilákat nové lidi, ale teď spíš zvažujeme, jestli to budeme do budoucna stíhat, protože nám opravdu chodí třeba i 50 balíků denně.

**Jak je Marama propojená s vaším tapas barem?**

Marama je farmářský obchod a Špek a víno máme společně s majitelem Café Záhorský.

Propojení vzniklo díky našemu přátelství s Matějem Záhorským, který má v gastronomii velké zkušenosti. My zase v prodejně nabízíme spoustu lokálních potravin a kvalitních vín, které můžeme do baru dodávat. V Dejvicích nám navíc všem chyběl příjemný podnik, kam by se dalo zajít na skleničku a něco dobrého, a tak jsme vytvořili společný koncept. Kromě toho jsou oba podniky hodně sousedské. Dejvice jsou město ve městě. Je tu spousta mladých lidí, rodin, ale i důchodců a všichni jsou zvyklí se tu pohybovat a žít tu. Mají u nás vytipované konkrétní zboží a pro to k nám chodí. Takových 70–80 % tvoří naši stálí zákazníci. Jsou jak z Dejvic, tak ze širšího okolí, ale mnohdy dojíždějí i z druhého konce Prahy, protože máme i širokou nabídku potravin pro lidi s intolerancemi a potravinovými alergiemi, tedy bezlepkových nebo bezlaktózových. Celkově prodáváme přes 4000 výrobků, což je opravdu široký sortiment, a musíme díky tomu mít desítky dodavatelů. Těch aktivních, od kterých objednáme každý den, je asi sto.

**Podle čeho potraviny do prodeje vybíráte?**

Úplně na začátku jsme jednoduše zjišťovaly, kdo dělá to, co ještě nemáme, objížděly jsme farmáře a domlouvaly podmínky. A nyní už máme dlouhodobé až přátelské vztahy s většími dodavateli. Jsme s nimi neustále v kontaktu a oni nás o všech novinkách a změnách informují. Jinak naše heslo bylo, že v Maramě chceme mít to, co se nebojíme dát našim dětem. Aby to bylo přírodní, lokální, víceméně bez éček, a hodně si zakládáme na vzájemných vztazích. Je pro nás důležité toho dodavatele poznat a rychle zjistíme, jestli jsme na stejně vlně.

**Dá se říct, že postupně rostete?**

Konkurence je veliká, a to nemám na mysli jen kamenné prodejny, ale i online supermarkety. Naše výhoda je ale to, že se snažíme držet krok s tím, co se v celém businessu děje. Na začátku války na Ukrajině a během energetické krize jsme propadly zaznamenaly, ale máme štěstí, že jsme v takto krásné a spíš bohatší rezidenční čtvrti, která prosperuje a rozvíjí se. A jíst je potřeba i během krize. Třeba letošní rok je lepší než loňský, ale ty dva předchozí byly slabé. Během covidu jsme naopak fungovaly dobře, protože lidé u nás dělali větší nákupy s tím, že nechtěli jezdit do přeplněných supermarketů. Za 11 let našeho fungování poklesl počet lidí, kteří k nám chodí, ale máme zase větší nákupní košík, takže se držíme na stabilních číslech.

**Rozhoduje cena? Nebo jsou lidé ochotni i za kvalitu připlatit?**

Myslím, že ti, co k nám chodí, úplně peníze neřeší. Někdo nový samozřejmě může být překvapený, že máme vajíčka za 10 Kč, ale kvalita je úplně jinde než v běžném supermarketu. A často to souvisí také s chutí, což si lidé kromě špeku hodně chválí třeba u ovoce a zeleniny, například u rajčat, která bereme z Mutěnic, kde je trhá už zralé, a navíc kladou důraz na udržitelnost a vyhřívají skleničky zbytkovým teplem z tepláren. A s tím vším se i my maximálně ztotožňujeme.

rozhovor připravila Dana Halušková

## Česká chuťovka motivuje výrobce k co nejvyšší kvalitě



Podle Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR a výzkumné agentury NIQ se do českých obchodů již vrací opatrný optimismus, zákazníci začínají více utráčet a rádi si připlatí zejména za kvalitu. Prozíraví výrobci potravin by tedy měli zpozornět a své potenciální zákazníky upoutat právě důrazem na vyšší kvalitu svých výrobků oproti konkurenci. Vynikající chuť potraviny je pak právě tím nejdůležitějším synonymem pro její kvalitu, kterou spotřebitel dokáže také nejvíce ocenit. A od toho jsou tady právě značky Česká chuťovka a Dětská chuťovka, které dokážou informaci o skvělé chuti dané potraviny zákazníkům na první dobrou zprostředkovat.

U loga České nebo Dětské chuťovky totiž nemusí kupující studovat s lupou u regálu složení výrobku, které mu o chuti stejně mnoho neřekne, ale rovnou vidí, že daný produkt obstál v senzorickém hodnocení u náročné odborné poroty, a možná ještě náročnější dětské poroty, což je unikátní fenomén dokonce ve světovém měřítku.

Soutěž o značky Česká chuťovka a Dětská chuťovka má od svého založení před 16 lety stále stejný a neměnný cíl – motivovat výrobce k co nejvyšší kvalitě, a tím i co nejlepší chuti potravin, a zákazníky k tomu, aby tyto poctivé výrobky na trhu vyhledávali. Historie soutěže přesvědčivě potvrzuje, že se jí toto předsevzetí, které jí do vínku dali potravinářští odborníci, kteří stále pečují o její nezávislost a odborný respekt, daří naplňovat. O tom také svědčí, že za předchozích 15 let se značkou Česká chuťovka může pyšnit již 1656 výrobků od 223 firem a značkou Dětská chuťovka celkem 258 potravin od 102 českých výrobců.

Od roku 2017 poskytuje soutěži aktivní záštitu Stálá komise Senátu pro rozvoj venkova, která tím deklaruje svůj zájem o podporu českých potravin. Na tiskové konferenci 19. srpna v Praze vyjádřil pokračující stabilní podporu projektu Česká chuťovka předseda této komise senátor Jiří Vosecký.

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

renomované Vysoké školy chemicko-technologické v Praze společně s VOŠ, Gymnáziem, SPŠ a SOŠ Podskalská, kde budou na podzim opět probíhat i veškerá hodnocení přihlášených výrobků. Odbornými patrony soutěže jsou rektor VŠCHT prof. Ing. Milan Pospíšil, CSc., a děkan Fakulty potravinářské a biochemické technologie VŠCHT doc. Ing. Aleš Rajchl, Ph.D.

Uzávěrka přihlášek do letošní soutěže je 12. září. Slavnostní předávání ocenění se uskuteční 24. října v Národním zemědělském muzeu v Praze. Přítomní novináři tam i letos na základě vlastní ochutnávky předají tři oce-

nění Cena novinářů – Česká chuťovka 2024. V pořadí již čtrnáctá výrazná osobnost českého potravinářství bude slavnostně poctěna titulem Rytíř české chuti. Spoluorganizátorem slavnostního předávání ocenění je Česká cesta – Via Bohemica, z.s.

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

Váženými a respektovanými partnery soutěže jsou mj. opět Národní zemědělské muzeum a Český porcelán Dubí, jenž i letos potěší držitele České a Dětské chuťovky vkusnými porcelánovými závesnými plaketami s logem soutěže.

Hlavními mediálními partnery soutěže jsou vydavatelství AGRAL, vydavatelství RIX a Regionální televize CZ, partnerem Dětské chuťovky pak je tradičně Dětská tisková agentura.

Organizátoři věří, že se letos podaří českým potravinářům přetavit onen zvýšený zákaznický optimismus i do jejich hospodářských výsledků a že svůj zasloužený kousek radosti si budou moci ti nejlepší z nich opět společně vychutnat na podzimním předávání ocenění. (tz)



Hlavní aktéři pořádání soutěže i hodnotitelské komise: Ing. Josef Sléha, Ing. Milan Chmelař, František Kruntorád

# Vzhůru do důchodu

Zvyšování odchodového věku do důchodu, zpomalení růstu penzí a další nepopulární kroky státu jasně signalizují, jakým směrem se pro zajištění důstojného stáří vydat. Strom života (viz příloha) ukazuje, že nastupující generace dvacátníků se snižuje, a proto početně na udržení financování systému nestačí. Paleta řešení pro finanční zajištění na důchod je pestrá, ale vše pořadě.

## Jakou částku bychom měli pro důstojný život v penzi pravidelně odkládat?

„Ideální je spořit měsíčně alespoň 10 % z čistého příjmu. Pokud to není možné, začněte s menší částkou a postupně ji navyšujte. Důležité je,

abyste si spoření zautomatizovali, například pomocí trvalého příkazu a nechali ho běžet na pozadí,“ uvádí hlavní analytik společnosti Broker Consulting Martin Novák. „Výše finančních prostředků, které zajistí spokojené stáří, je velmi

individuální. Závisí na tom, na jaký životní standard jsme byli v produktivním věku zvyklí a zda ho chceme udržet, jak chceme důchodový věk prožít a v jaké kondici je naše zdraví. Vstupuje zde i faktor bydlení, součet majetku a jiné,“ dodává Martin Novák.

## Penze 30 000 korun

Jako příklad lze uvést penzistu, který by si jako důstojnou penzi představoval částku 30 000 Kč. Pro dorovnání životní úrovně je tedy ke státnímu důchodu nutné přičíst rentu ve výši 10 000 Kč. Začneme-li pravidelně spořit ve třiceti, pak bychom měli měsíčně odkládat 3300 Kč, a to při úročení 5 % ročně, ve čtyřiceti už 4500 Kč. Jestliže spoření odložíme na padesát, pak musíme měsíčně odložit již 9500 Kč.

## Jaké produkty

### lze pro spoření na penzi využít?

V současné době lze, mimo nejrůznější formy investování a spoření, využít již zařité státem podporované produkty. Těmi jsou doplňkové penzijní spoření, penzijní připojištění či životní/kapitálové pojištění. Začátkem roku však tyto možnosti rozšířil zcela unikátní produkt, tzv. dlouhodobý investiční produkt, známý jako DIP.

## DIP již ukazuje svůj potenciál

Horká novinka v podobě dlouhodobého investičního produktu upoutala v posledních měsících pozornost řady lidí a není se čemu divit. Rozvazuje totiž ruce těm, kteří si chtějí finanční prostředky na stáří obstarat jinou, investiční cestou a naspořit si daleko více než s běžnými regulovanými produkty. „Volba investičních produktů je v tomto případě velmi svobodná, a klienti tak mohou vybírat z mnoha skvělých produktů. Investovat mohou například do akcií, dluhopisů a investičních fondů. Nově je navíc možné si od základu daně odečíst vklady až do limitu 48 000 Kč,“ vysvětluje přínosy dlouhodobého investičního produktu Martin Novák. Základní předpokladem úspěchu DIP však zůstává informování veřejnosti o jeho výhodách. V momentě, kdy tento produkt klientům před-



stavíme, vidíme opravdu živý zájem o jeho sjednání,“ doplňuje zájem o DIP Jan Lener, ředitel odboru marketingu a komunikace společnosti Broker Consulting. Velkým lákadlem může být také daňové zvýhodnění a příspěvky od zaměstnavatele, který může přispívat za velmi výhodných podmínek.

## DIP v datech

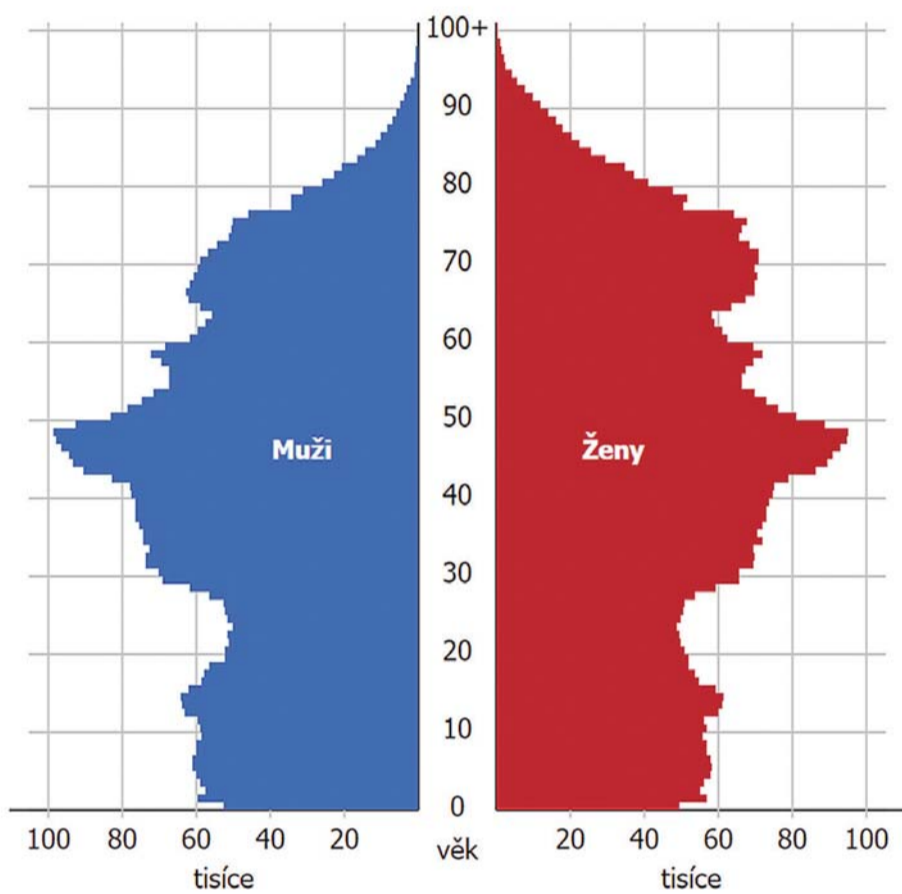
V těchto týdnech máme k dispozici první data o sjednání DIP v prvním pololetí, a to od Asociace pro kapitálový trh. S čím ale, po půl roce fungování, DIP srovnat? Jako nejlepší řešení se nabízí srovnání tzv. náběhových fází zažitých penzijních systémů.

„Jak ukazují jednotlivé křivky, nový DIP je po prvních dvou kvartálech jasně v čele pomyslného pelotonu. Ba atakuje celkový součet produkce DPS a DS,“ komentuje zájem o DIP Jiří Šindelář, generální ředitel investiční společnosti MONECO.

Je nutno také dodat, že některé velké finanční či bankovní skupiny začaly DIP sjednávat až v dubnu či květnu a jejich obchodní aktivita bude mít postupně zrychlení. „A právě z těchto důvodů jsem si jist, že aktuální novinka bude zažívat (velmi) silné druhé pololetí,“ uzavírá Jiří Šindelář.

A co říci závěrem? Finanční příprava na stáří je důležitým krokem, čím dříve začneme spořit, tím lépe. Pakliže využijeme daňové výhody, rozložíme prostředky do různých typů aktiv, budeme plánovat naše výdaje a sledovat vývoj spoření, můžeme se těšit na stáří plné radosti a spokojenosti. (tz)

## Věková struktura k 31. 12. 2022, Česká republika



© Statistisches Bundesamt 2009, Insee 2011, CZSO 2023

# Lákavé obaly šetrné k planetě i legislativa aplikovatelná v praxi

dokončení ze strany 1

## Trh obalových materiálů se vyvíjí velmi dynamicky. V jakém oboru je to nejvíce znát?

Největší dynamiku vývoje zaznamenáváme v celém FMCG průmyslu. Spotřebitelé dnes kladou zvýšený důraz na bezpečnost, trvanlivost a ekologičnost obalů. To vede k rychlému zavádění inovativních materiálů, které jsou nejen bezpečnější, ale také šetrnější k životnímu prostředí. Rostoucí poptávka po organických a čerstvých potravinách vyžaduje nové typy obalů, které tyto požadavky splňují.

## Letité zkušenosti říkají, že obal prodává. Platí to čím dál více?

Ano, stále více platí, že obal prodává. V dnešním konkurenčním prostředí je design a kvalita obalu klíčovými faktory, které může ovlivnit rozhodnutí spotřebitele při nákupu. Zákazníci hledají obaly, které chrání produkt a zároveň odrážejí jejich hodnoty, například udržitelnost a estetiku. Výrobci proto investují do výzkumu a vývoje obalových materiálů a designů, které jsou atraktivní a funkční.

## Design se stává skutečnou spojnicí mezi výrobcem a koncovým uživatelem výrobku a obal je toho zrcadlem. Oč se čeští designéři dnes především snaží?

Čeští designéři se dnes snaží především o vytvoření obalů, které jsou ekologicky šetrné a zároveň funkční a esteticky atraktivní. Kladou důraz na používání recyklovatelných a biologicky rozložitelných materiálů. Dalším významným tren-

dem je personalizace obalů a zohlednění potřeb a preferencí konkrétní cílové skupiny. Snaží se také o zlepšení uživatelské zkušenosti prostřednictvím inovativních řešení, která usnadňují manipulaci a skladování výrobků.

## Proslavila vás soutěž Obal roku. Pro nadcházející ročník chystáte novinku týkající se hlasování veřejnosti. Mění se ještě něco?

Ano, kromě zavedení hlasování veřejnosti připravujeme i další novinky. Zavedli jsme například také speciální ocenění, a tím je Cena ministra životního prostředí.

## Spolupracujete s řadou profesních uskupení. Jaké jsou výsledky, v čem se navzájem podporujete?

Tato spolupráce nám umožňuje sdílet know-how a inovace, které přinášíme na trh. Spolupracujeme zejména s podobnými národními obalovými institutem napříč Evropou, a vlastně celým světem. Společně organizujeme konference, semináře a školení, kde se řeší aktuální problémy a trendy v obalovém průmyslu. Navzájem se podporujeme při vývoji nových technologií a materiálů, což přináší pozitivní výsledky v oblasti udržitelnosti a efektivity výroby. Díky těmto partnerstvím se nám daří lépe prosazovat zájmy obalového průmyslu na národní i mezinárodní úrovni.

## Máte dokonce Klub obalových manažerů. Co řeší, čím se zabývá?

Klub obalových manažerů se zabývá aktuálními tématy a výzvami, které obalový průmysl řeší. Diskutujeme o nejnovějších trendech a inovacích, sdílíme osvědčené postupy a zkušenosti.

Klub také funguje jako platforma pro networking a spolupráci mezi manažery z různých odvětví. Řešíme otázky týkající se legislativy, udržitelnosti, efektivity výroby a nových technologií. Cílem je společně hledat cesty, které posunou celý obalový průmysl vpřed.

**Ano, v nedávné minulosti jsme se intenzivně věnovali Nařízení o obalech a obalových odpadech, které má zásadní dopad nejen na průmysl, ale i na každodenní život spotřebitelů. Aktivně jsme se podíleli na připomínkování tohoto nařízení a spolupracovali s relevantními institucemi na jeho tvorbě. Naším cílem bylo zajistit, aby nové legislativní požadavky byly nejen efektivní z hlediska ochrany životního prostředí, ale také realistické a proveditelné pro všechny zúčastněné strany. Tato legislativa, která brzy vstoupí v platnost, přinese změny, které budou mít pozitivní dopad na ekologickou udržitelnost obalů a naší planety obecně.**

## Žhavé jsou diskuze o udržitelnosti a roli obalů v životním prostředí. V co zatím u nás vyústily?

Diskuze o udržitelnosti vedly k řadě konkrétních opatření a iniciativ. Firmy investují do vývoje recyklovatelných a biologicky rozložitelných materiálů, snižují množství používaných plastů a zvyšují podíl recyklovaného obsahu v obalech. Vznikají také nové technologie pro efektivnější recyklaci a opětovné využití obalových materiálů. Na legislativní úrovni dochází

k přijetí nových předpisů, které podporují udržitelné obalové praktiky a snižují negativní dopady na životní prostředí.

## Zmínila jste legislativu, určitě připomínkujete zákony, novely, nařízení, podíleli se na tvorbě předpisů. Podařilo se v nedávné minulosti prosadit něco, co jste se snažili hodně ovlivnit?

Ano, v nedávné minulosti jsme se intenzivně věnovali Nařízení o obalech a obalových odpadech, které má zásadní dopad nejen na průmysl, ale i na každodenní život spotřebitelů. Aktivně jsme se podíleli na připomínkování tohoto nařízení a spolupracovali s relevantními institucemi na jeho tvorbě. Naším cílem bylo zajistit, aby nové legislativní požadavky byly nejen efektivní z hlediska ochrany životního prostředí, ale také realistické a proveditelné pro všechny zúčastněné strany. Tato legislativa, která brzy vstoupí v platnost, přinese změny, které budou mít pozitivní dopad na ekologickou udržitelnost obalů a naší planety obecně.

Kromě Nařízení o obalech a obalových odpadech se nyní intenzivně věnujeme také Nařízením zabraňujícím odlesňování, které představuje další důležitý krok směrem k udržitelnosti. V tomto kontextu působíme jako klíčový kontakt mezi státní správou a obalovým průmyslem, protože v této oblasti stále existuje řada nevyjasněných otázek. Naším cílem je pomoci tyto otázky vyjasnit a zajistit, aby implementace nového nařízení probíhala hladce a s minimálními dopady na průmysl, zatímco se maximálně ochrání přírodní zdroje. Spolupracujeme na tom, aby legislativa byla nejen efektivní, ale i prakticky aplikovatelná pro všechny zúčastněné strany.

ptala se Eva Brixí

# Střešní krytina s nadstandardními vlastnostmi a vyšší přidanou hodnotou přesahující běžné předpisy

Co na střechu domu, kde bude nově sídlit vaše firma? Zvažujete cenu, vzhled, záleží vám na designu i na tom, jak budova splyne s okolní zástavbou i jak v ní vynikne, zároveň byste rádi, aby lehce provokovala k diskuzím v tom nejlepší slova smyslu. Možná moc přání najednou, k nimž se přidá ještě požadavek na rychlost celé rekonstrukce domu, který jste před rokem zakoupili a který má už za pár měsíců sloužit nejen k práci, ale také k reprezentaci. Prostě chcete, aby se tu váš tým dobře cítil a abyste i příchozím nabídli k jednání nejen důstojné, ale i tak trochu vymazlené prostředí, které návštěvu okouzlí a podvědomě naladí na vstřícnost a chuť domluvit se na společné zakázce... A tak tedy: co zvolit jako střešní krytinu? Jestli zatím váháte, možná vás budou inspirovat slova Ing. Petra Turečka, produktového manažera společnosti SATJAM, předního českého výrobce plechových střeš:

**Plechová střešní krytina vaší značky nabízí stavebníkům mnoho benefitů. Které to jsou především?**

Základním parametrem plechové krytiny je její velmi nízká hmotnost – například oproti klasické střešní tašce je desetkrát až dvacetkrát lehčí. To znamená, že aby krov krytinu unesl, může na něj stačit méně materiálu. Také nám to umožňuje vyrábět krytinu v celé řadě rozměrů, včetně velkoformátových řešení. V některých případech dokážeme jedním pásem pokrýt střechu od hřebene až po okap, takže pokládka pak běží

poměrně rychle. Materiál na celou střechu se obvykle vejde na jednu až dvě palety, což usnadňuje i její transport. K manipulaci s ní pak nepotřebujeme těžkou techniku. To vše se může pozitivně podepsat na ekonomické stránce a rychlosti výstavby, což jsou pro dnešní stavebníky určité významné faktory. Konkrétně z pohledu SATJAMu pak rádi říkáme, že neděláme střešní krytinu, ale střechu – tedy celý systém se všemi potřebnými komponenty a doplňky. U střechy totiž záleží na každém detailu.

**Je vhodná plechová střeška i k rekonstrukcím starších rodinných domů nebo chalup na venkově?**

Určitě ano a je to právě i onou zmiňovanou malou vahou. U starších staveb se často stává, že krov už není ve stoprocentním stavu a běžné těžké tašky by neunesl. Pokud je dřevo zdravé, není napadené škůdci, mohl by s vhodně vybranou krytinou klidně sloužit ještě další léta. Právě na takové stavby se plechová krytina dobře hodí. Plech se také snadno tvaruje a vyrábí se nejen v moderním minimalistickém designu, ale dokáže napodobit i vzhled jiných krytin, ať už jsou to tašky, nebo třeba starý eternit. Majitelé se tedy nemusí bát, že by stavba přišla o svůj historický či venkovský ráz.

**Na jakých stavbách se v České republice vaše výrobky nejvíce využívají? Patří mezi ně také firemní objekty?**

Škála použití našich krytin je velmi široká. Používají se pro obytné objekty, komerční, průmyslové i zemědělské. Jsou vhodné pro novos-



Ing. Petr Tureček, produktový manažer společnosti SATJAM, předního českého výrobce plechových střeš

stavby i rekonstrukce. Díky použitelnosti na střeších s nízkým sklonem je šíře použití opravdu velká.

**Plechové střešky a udržitelnost. Jde to dohromady?**

Za nás rozhodně ano. Například už jen tím, že plech je recyklovatelný materiál. Až krytina doslouží, dá se odevzdat ve sběrně surovin. Další věcí je rostoucí obliba fotovoltaických elektráren, i díky dotacím od státu. Občas se nás majitelé ptají, jestli panely mohou umístit i na plechovou střechu, mají obavu, zda to vydrží. V naprosté většině případů je instalace fotovoltaiky na našich střešních krytinách možná a nepřináší problémy. Doporučujeme ale poradit se s dodavatelem krytiny, jak panely na střechu nainstalovat a na co si dát pozor, aby se při tom nepoškodila. Existují například speciální držáky fotovoltaických panelů určené přímo pro plechové střešky, které jsou navrženy tak, aby žádné poškození nehrozilo.

**Velmi si zakládáte na kvalitě. Co to pro zákazníka znamená? A jak mu kvalitu prezentujete?**

Střeška je jednou z klíčových součástí domu, protože musí leccos vydržet – ať už je to slunce, déšť, vítr, sníh, nebo prudké střídání teplot. Kvalitní plechová střeška tomu všemu musí odolávat, tedy musí být vyrobena ze špičkových surovin a musí ji pokládat klempíř, který ví, jak má s materiálem zacházet. Pravidelně proto například pořádáme školení pro ty, kteří s našimi

krytinami pracují. Další věcí je, že každá střeška je jiná a majitelé na ně mají různé požadavky – u obydlí podkroví budete nejspíš potřebovat střešní okna, někde může být nutné zajistit bezpečný přístup ke komínu nebo anténě, jinde musí být střeška schopna odvést zvýšené množství vody. Spolehlivý dodavatel by vám měl být schopen ke krytině zajistit všechny potřebné součásti tak, aby vše tvořilo jeden harmonický a spolehlivě sloužící celek. Pro laika ale může být těžké se v nabídkách od různých firem zorientovat. Velkou výpovědní hodnotu proto můžou mít doporučení a zkušenosti majitelů, kteří si krytinu od vybraného dodavatele již pořídili. Jistotou je také obrátit se na společnost s jasnou historií, která má se střešními krytinami letité zkušenosti a poskytuje na ně dosažitelné garance. Orientovat se dá i různými oceněními a certifikacemi, u kterých kvalitu obvykle posuzuje odborná komise.

**Inspirativní je pro vás letitý projekt Národní politika kvality a Národní program Česká kvalita, značka Osvědčeno pro stavbu. Proč vás zaujalo právě toto?**

Tato značka prokazuje, že daná krytina je vhodná pro zabudování do stavby na území ČR a zákazníkovi potvrzuje, že krytina má nadstandardní vlastnosti a vyšší přidanou hodnotu přesahující běžné předpisy. Pro její získání musí krytina splňovat přísná kritéria a projít náročným certifikačním procesem, který posuzuje nezávislý arbit. Vyhovět všem požadavkům tedy není lehké. Velmi si proto ceníme toho, že se naše krytina podařilo do tohoto programu zařadit. Je to pro nás potvrzením našeho cíle, kterým je kvalitní střeška a spokojený zákazník.

**Proces vlastního zlepšování je na cestě ke kvalitě důležitý. Co to ve vašem případě znamená v praxi? Jsou to stále inovace, prodloužení záruční doby, certifikace?**

Ano, je to tak. Jde o inovace nejen ve smyslu nových nebo upravených produktů, ale i nových materiálů a technologií výroby. Rovněž je pro nás důležitá kontrola kvality, a to opět nejen o konečném produktu, ale i o vstupní surovině, ze které se naše střešní krytiny vyrábějí. Délka zákaznického benefitu Registrační záruka na střešní krytinu SATJAM se odvíjí od druhu použitého materiálu a může být až 60 let. Spolupracujeme s renomovanými dodavateli. Pravidelně probíhá certifikace našich výrobků.

za odpovědi poděkovala Eva Brix



## MSV 2024: Technologické novinky, rozšířená expozice 3D tisku i průmyslový design

Mezinárodní strojírenský veletrh opět soustředí na jednom místě inovace, které posouvají průmyslovou výrobu do nové éry. Největší středoevropská přehlídka průmyslových technologií se uskuteční na brněnském výstavišti od 8. do 11. října 2024. Vstupenky na veletrh jsou už nyní v prodeji.

MSV je dlouhodobě jedničkou mezi průmyslovými veletrhy v celém regionu. Jeho popularitu potvrzuje i zájem vystavovatelů o letošní 65. ročník. „Máme přihlášenou o 12 % více firem než ve stejné době v loňském roce. Řada vystavovatelů se na letošním MSV představí úplně poprvé, ale samozřejmě nechybí ani tradiční účastníci a lídři jednotlivých oborů. Pozitivní je také vysoký zájem ze zahraničí,“ informoval ředitel veletrhu Michalis Busios.

Zcela novým průřezovým tématem je průmyslový design, který u výrobků podtrhne vý-

znam estetiky, ergonomie a uživatelské přívětivosti. Design Centrum CzechTrade vyhledává letos první ročník Ceny za průmyslový design Mezinárodního strojírenského veletrhu v Brně. Porota, složená z odborníků v oblasti průmyslového designu, bude hodnotit exponáty českých vystavovatelů MSV přímo na veletrhu.

Větší prostor dostane téma využití umělé inteligence v průmyslu jako součást 5. ročníku Digitální továrny 2.0. A rozšíří se také prezentace 3D technologií. Všechno důležité se tentokrát odehraje pod názvem 3D EXPO v jednom kompaktním prostoru haly A1. Tradiční veletržní konference věnovaná aditivním technologiím se bude poprvé konat v krásném prostředí Rotundy pavilonu A, která pojme 400 posluchačů.

Stejně jako na minulých ročnících bude přibližně polovina vystavovatelů ze zahraničí. Vůbec nejvíce jich přijede z Německa a početné zastoupení budou mít také Slovensko a Itálie,

z Asie pak zejména Čína. Po třech letech se na MSV vrací oficiální účast Japonska pod hlavičkou agentury JETRO, a to v rozšířené podobě s prezentací 18 firem. Pokračuje také zájem o spolupráci ze strany amerických společností, což dokládá avizovaná obchodní delegace ze státu Louisiana.

**Šest technologických veletrhů v jednom a Digitální továrna**

Společně s 65. ročníkem MSV se uskuteční dalších pět specializovaných veletrhů, které se na brněnském výstavišti vracejí vždy v sudých letech. IMT bude přehlídkou obráběcích a tvářecích strojů, Fond-Ex se zaměří na slévárství, Welding na svařovací techniku, ProfinTech představí technologie pro povrchové úpravy a Plastex je veletrhem plastů, pryže a kompozitů. Podle počtu přihlášených vystavovatelů budou k největším oborům letošního ročníku patřit právě ty, které spadají pod veletrhy IMT,



Plastex a Welding, a spolu s nimi elektronika, automatizace, měřicí technika, doprava a logistika, materiály a komponenty pro strojírenství.

Projekt Digitální továrna 2.0 se na MSV uskuteční už popáté a opět ukáže nejen to, jak pokračuje digitalizace výrobních procesů, ale i jaké další možnosti otevírá do budoucna. Zvláštní pozornost se letos zaměří na využívání umělé inteligence pro zefektivnění klíčových procesů a připravenost českých podniků na její nasazení.

(tz) ■■■

www.msvbrno.cz

Seriól o tom, co každá firma potřebuje

1. díl

# AuDePor s.r.o.

## Poradenská firma specializovaná na automotive



V životě každé firmy nastávají zlomové okamžiky. Jednou jde o prudký vzestup zakázek, podruhé o zásadní předěl ve struktuře činnosti, jindy je potřeba zavést nový systém řízení, téměř vždy pak společnost předat další generaci nebo ji prodat. Na každý takový krok je dobré se v předstihu dobře připravit. Definovat cíl a připravit cestu. Do oboru automotive v roce 2023 vstoupila firma AuDePor, již založili dva odborníci: Jaroslav Jaroměřský a Lukáš Musílek. O tom, jak vznikl jejich příběh a v čem mohou být podnikatelům jejich zkušenosti užitečné, bude čtyřdílný seriál v Prosperitě.

### Náš příběh:

Poradenskou firmu jsme založili 30. března roku 2023 a rádi bychom s vámi sdíleli, jak to vše začalo.

Oba jsme strávili přes dvacet let ve velkých korporacích a posledních deset let jsme byli kolegové v představenstvu přední leasingové společnosti. Jeden řídil riziko, druhý obchod. Vždycky jsme měli blízko k autům, dlouhá léta jsme spolupracovali s předními značkami na českém i slovenském trhu a strávili jsme spoustu let prací s dealery aut. Víme o tomto businessu opravdu dost. A navíc, auta nás oba stále baví.

Před několika lety se naše cesty rozešly, oba jsme ale stále pracovali pro korporace. I přes krátké profesní odloučení jsme zůstali v pravidelném kontaktu – máme například některé společné sportovní zájmy. Ale hlavně bez ohledu na to, kde a jak často jsme se viděli, neustále se řeč točila kolem aut, prodeje aut, servisu aut, no a také dalších „předmětů“, které jsme dříve v leasingové společnosti měli na starosti (nákladní auta, zemědělské, stavební a jiné stroje, nemovitosti...), a hlavně – nakonec jsme se vždy dostali k situaci na trhu dealerů aut. Prostě nás to zajímá.

A z toho zájmu se zrodila myšlenka, a i chuť začít předávat naše know-how, naše zkušenosti, které jsme za tu dlouhou dobu nasbírali, a které se tak staly i naší misí při založení společné firmy: Pomáhat klientům zajistit stabilitu na trhu a trvalou hodnotu jejich firem i do budoucna.

A tak vznikla naše firma, sice na zelené louce, na jedné straně pevně založená na našich manažerských a odborných zkušenostech, dlouholetých kontaktech nejen v automotive

oblasti, ale i na druhé straně na našem odhodlání skutečně pomoci dealerům zajistit stabilitu jejich firem.

### Co nabízíme:

Chceme být nejlepší poradenskou firmou pro podnikatele v segmentu automotive v České republice, to je naše vize. V praxi pro nás vize znamená, že budeme považovat za svůj úspěch, pokud budeme mít na trhu pověst firmy, která pomáhá a přináší skutečné benefity. Budeme velmi rádi, když se staneme pro autodealery jejich první volbou, pokud se rozhodnou využít poradenství ve svém businessu. A tak se snažíme nabízet profesionální řešení, a proto se i specializujeme jen na vybrané produkty a služby, abychom zajistili opravdovou přidanou hodnotu pro naše klienty, a oni tak mohli plně zúročit efekty našeho poradenství ve svém podnikání.

### Název naší firmy AuDePor vznikl spojením tří slov:

**Au** – automotive  
**De** – dealeri  
**Por** – poradenství

### Zaměřujeme se zejména na tyto oblasti:

#### 1. Budoucnost firmy

- Nečekané životní události (ošetření rizik, jak předem zajistit chod firmy pro tyto situace).
- Předání kormidla budoucímu nástupci (nástupnický plán, varianty řešení, právní realizace).
- Případné rozhodnutí o prodeji firmy, nebo naopak o koupi jiné.



Lukáš Musílek

#### 2. Systém řízení firmy

- Vize, strategie a cíle firmy na následující roky.
- Motivační systém, včetně ukazatelů hodnocení.
- Nastavení pravidel a reportingu, kontrolní mechanismy.

#### 3. Role majitele a managementu

- Operativní řízení versus strategické řízení.
- Snížení či optimalizace časové zátěže a angažovanosti majitele v řízení firmy.

#### 4. Ziskovost firmy

- Optimalizace výnosů a nákladů.
- Nalezení konkrétních obchodních i finančních rezerv.
- Benchmark firmy s trhem.

Ke všem uvedeným oblastem vždy vypracujeme konkrétní návrhy variant řešení, a v případě zájmu je zavedeme i do praxe.

Velmi si ceníme, že poté, co jsme hodně potenciálních klientů navštívili osobně nebo oslo-



Jaroslav Jaroměřský

vili jiným způsobem, máme již nyní několik dlouhodobějších zakázek. Právě náš osobní přístup, detailní projednání tématu, definování problému a požadavku (a tím i očekávání klienta) ještě před započítím zakázky dává klientům větší míru důvěry. Jdeme do každé zakázky s obrovským respektem a pokorou, protože jde většinou o velmi citlivá témata, a proto je pro nás diskretnost samozřejmostí. Snažíme se odvést vždy to nejlepší, co je v nás. Chceme být i solidní, a proto vždy nabízíme fixní cenu a rovněž termín. Náš klient vždy před podpisem zakázky ví, za kolik, kdy a jaké výstupy dostane. Nejsme ti, kteří si účtují sazbu za počet odpracovaných hodin. Pro nás je důležitější výsledek a spokojenost klienta.

Pokud chcete o naší firmě a produktech vědět více, navštivte, prosím, naše webové stránky ([www.audepor.cz](http://www.audepor.cz)), kontaktujte nás a my za vámi rádi přijedeme.

(red)  
jaromersky.jaroslav@audepour.cz  
musilek.lukas@audepour.cz  
[www.audepor.cz](http://www.audepor.cz)

INZERCE

## Jste připraveni na černou labuť?

Zajistěte nepřetržitou provozuschopnost vaší organizace i v případě nečekaných IT výpadků!



Nedávný celosvětový výpadek IT infrastruktury způsobený drobnou chybou v softwaru společnosti CrowdStrike opět zdůraznil, jak kritická je připravenost na nepředvídatelné události. Tato událost, jak je popsána snad na všech zpravodajských serverech, vedla k rozsáhlým narušením mnoha podniků a institucí po celém světě. Tomu je potřeba předcházet. I v České republice by to měly mít firmy a nejrůznější organizace na paměti.

Černá labuť je metaforou popisující důležité neočekávané situace, které mají významný dopad na společnost. Ty se odchyľují od toho, co je běžné, a proto je obtížné je předvídat.

Jako společnost specializující se na zajištění kontinuity provozu, nabízíme jedinečnou příležitost připravit vaši organizaci na podobné okamžiky prostřednictvím našich komplexních zátěžových testů a auditů připravenosti. Naše služby zahrnují důkladnou analýzu a praktické zkoušky, které ověří vaši schopnost reagovat na náhlé výpadky IT podpory procesů.

### Proč je prevence klíčová?

Moderní organizace jsou závislé na složité infrastruktuře, která zahrnuje vše od mobilních sítí přes energetické dodávky až po zdravotní péči a bankovní systémy. Jakékoli narušení této infrastruktury může vést k dominovému efektu s vážnými následky pro základní potřeby a ekonomiku. Naše zkušenosti například z cvičení

Blackout v Praze ukázaly, že pravidelné testování a zlepšování připravenosti jsou klíčem k úspěšnému zvládnutí krizových situací.

### Co nabízíme?

1. Komplexní zátěžové testy: Naše testy simulují různé scénáře výpadků a ověřují schopnost vaší organizace reagovat na krizové situace.
2. Audit připravenosti: Analyzujeme vaše aktuální plány a postupy krizového řízení, identifikujeme slabá místa a navrhuje opatření pro zlepšení.
3. Školení a cvičení: Pořádáme školení pro vaše zaměstnance a praktická cvičení, která zlepšují jejich schopnost efektivně reagovat na nenadálé svízelné situace.

V minulosti jsme provedli rozsáhlé komplexní cvičení simulující blackout v hlavním městě Praze. Cvičení zahrnovalo klíčové organizace a ukázalo na kritické slabiny v oblasti zdravotní péče, správy vody a energetických dodávek. Výsledkem bylo výrazné zlepšení připravenosti města na případný blackout.

### Stress-Test – Cvičení připravenosti

Naše zátěžové testy zahrnují detailní prověření aktuální dokumentace a krizových plánů. Nejčastěji zjišťujeme neaktuální analýzy rizik, neúplnou či zastaralou dokumentaci, nedostatečné povědomí zaměstnanců o možných hrozbách a nejasná komunikační schémata. Tyto problémy mohou výrazně ztížit efektivní reakci na krizové situace.

### Jak Stress-Test probíhá

Na základě soustředěných informací navrhne scénář cvičení, které může proběhnout jako orientační, stolní nebo funkční cvičení. Části scénáře mohou být dopředu známé, případně utajené tak, aby co nejvěrněji simulovaly možný průběh. Cvičení je řízeno moderátorem a nechává prostor pro diskuzi a aktivity účastníků jako by probíhaly v reálné situaci. Průběh je zaznamenáván pro pozdější analýzy.

Výstupy zátěžového testu zahrnují závěrečnou zprávu s doporučeními, dílčí zprávy z doprovodných testů, aktualizovanou dokumentaci a záznam cvičení v systému PRACTIS pro následný test účinnosti realizovaných opatření.

### Moderní Softwarová Podpora: PRACTIS

Při přípravě a realizaci našich zátěžových testů využíváme moderní softwarovou podporu PRACTIS, která umožňuje:

- Strukturování a grafické zobrazení scénářů cvičení: PRACTIS pomáhá s přípravou scénáře a jeho přehledným grafickým zobrazením.
- Sledování průběhu cvičení: Díky PRACTISu máte jistotu, že cvičení probíhá podle časového plánu.
- Vyhodnocení cvičení: PRACTIS nabízí kompletní přehled a umožňuje vybrat vyhodnocení dle potřeby.

[www.tsoft.cz](http://www.tsoft.cz)  
[vanecek@tsoft.cz](mailto:vanecek@tsoft.cz)

# Iniciativa ČESKÉ POLE pokračuje: nakládané okurky a kmín

Od svého založení v roce 2022 přispěla iniciativa ČESKÉ POLE k vypěstování 300 tun českých brambor na hranolky a 1,7 tuny tuzemských odrůd česneku. Podpořila také renezanzi řízného českého křenu. Nyní se iniciativa, jejímž hlavním cílem je navrácení české úrody do gastronomie, zaměřuje na další plodiny – pravé české okurky a dvouletý Český kmín s jedinečnou chutí. Nové plodiny byly slavnostně představeny na 50. ročníku agrosalónu Země živitelka.



Okurky i kmín neodmyslitelně patří do české kuchyně a pro jejich pěstování panují v České republice ideální podmínky. Na talířích v tuzemských restauracích ale většinou narazíme na okurky a kmín dovážené ze zahraničí. Tyto plodiny do České republiky putují dlouhé vzdálenosti, často v nevhodných baleních a bez garancí konkrétního původu. Lokální producenti nemají zaručený stabilní odbyt, a od pěstování proto mnohdy pouštějí. Iniciativa ČESKÉ POLE si klade za cíl tuto situaci změnit, a přispět tak k podpoře udržitelného zemědělství a nižší zátěži životního prostředí.

„Jedním z hlavních přínosů iniciativy ČESKÉ POLE je propojování všech zúčastněných stran od pěstitelů až ke spotřebitelům. Producenty jednotlivých plodin podporujeme například garancí odběru nebo od nich předem odkoupíme sadbu. Letos jsme nadšení z návratu tradičních českých nakládaček, které na trhu několik let

chybí. Okurky jsou krásně křupavé a perfektně se hodí do tradiční české kuchyně. Jsou naloženy v láku tradiční receptury, který doporučuji nevylévat, skvěle s ním dochutíte například omáčky nebo polévky. Věříme, že zákazníci ocení i Český kmín, který má velmi výraznou chuť a vůni, a díky tomu je jeho spotřeba v kuchyni menší než u běžně dostupného jednoletého kmínu. Zároveň nás velmi těší, že jsme mohli nové plodiny uvést na místě, kde jsme v loňském roce podepsali významné memorandum o spolupráci s Českou zemědělskou univerzitou v Praze, tedy na dalším ročníku Země živitelky,“ řekl Jiří Nehasil, generální ředitel makro ČR. Velkoobchod makro ČR je spolu s Ministerstvem zemědělství ČR a zástupci zemědělců a gastronomie jedním ze zakládajících členů iniciativy.

Nové lokální plodiny se na pultech makro ČR objeví v září letošního roku. Okurky odrůdy Rubato byly vypěstované u Pohořelice na jižní Mora-

vě pod dohledem pěstitele Tomáše Zoufalého. Jeho sklizeň probíhá ručně. Ke zpracování okurek dochází do 24 hodin, díky čemuž zůstávají křupavé. Lák je tradiční české receptury, tedy s cukrem, cibulí, mrkví a hořčičným semínkem.

Další novou plodinou, kterou iniciativa ČESKÉ POLE podpoří, je kmín. Jeho pěstování má na českých polích více než 160letou tradici. Dvouletý kmín pěstovaný v tuzemsku si v roce 2008 vysloužil v Evropské unii chráněné označení původu Český kmín. Oproti jednoletému kmínu, který se do České republiky obvykle dováží z Egypta či Finska, je Český kmín kvalitnější a obsahuje více vonných silic. Jeho výrazné aroma dodává pokrmům specifickou chuť „pravého kmínu“ přecházející až do mátové chuti. Dvouletý kmín odrůdy Kamín pro ČESKÉ POLE pěstuje farmář Karel Jonák.

„Jsme rádi, že i v letošním roce pokračujeme v naplňování našeho poslání a vracíme do

české gastronomie kvalitní tuzemské plodiny, které tam jednoznačně patří. Usilovně pracujeme na přidání dalších tradičních plodin a produktů rostlinné i živočišné výroby, jejichž produkce byla v posledních dekadách na českém území z různých důvodů narušena. V příštích letech bychom se rádi zaměřili například na cibuli na guláš, kterou považujeme za jednu z klíčových složek české gastronomie. Dále plánujeme zařazení máku, švestek či meruněk. U produktů živočišného původu diskutujeme o podpoře chovu jehněčího masa, drůbeže ve volném chovu, ale i o sladkovodních dravých rybách,“ popsal Roman Vrzák, projektový manažer iniciativy ČESKÉ POLE.

Snaha o navrácení českých plodin a produktů do lokální gastronomie již přinesla několik významných úspěchů. Během dvou sezón, kdy iniciativa podporuje odrůdu brambor Agria vhodnou na hranolky, bylo pro ČESKÉ POLE sklizeno zhruba 300 tun brambor – 100 tun v roce 2022 a 200 tun v roce 2023. I přes navýšení produkce v roce 2023 byly české brambory v obchodech makro ČR vyprodané již v průběhu května 2024. Letos proto opět došlo k posílení výsadby. Hranolky vyráběné z českých brambor nahradily v tuzemských restauracích, bistroch a provozovnách rychlého občerstvení hranolky z brambor dovážených především z Nizozemska. Na odbyt jde také český česnek a křen. Česneku se dosud prodalo 1,7 tuny. A český křen tvoří dokonce 70 % křenu prodaného v makro ČR. (tz)

## Kaufland úspěšně exportuje privátní značky

Kromě zajištění bohatého výběru produktů privátních značek se obchodní řetězec Kaufland věnuje také vývozu tohoto sortimentu do prodejen v dalších zemích Evropy. V roce 2023 dosáhl export produktů privátních značek ze 49 různých sortimentních skupin od 28 českých dodavatelů hodnoty čtyři milióny eur. Mezi nejpopulárnější kategorie produktů vyhledávaných v zahraničí patří müsli a cereální tyčinky značky K-Classic, cereální vločky či přípravky na pečení.

Export privátních značek se aktuálně týká především zboží z oblasti trvanlivých potravin. Mezi další populární kategorie produktů patří vývary a bujóny, různé druhy pudinkových prášků a instantních dezertů či produkty

zahraniční lokální kuchyně. Celkový objem vývozu zboží privátních značek činil téměř 16 miliónů kusů. Exportu jednoznačně dominují produkty řady K-Classic, z nichž nejpočetnější skupinu tvoří K-Classic müsli tyčinky.

V loňském roce tak do prodejen Kaufland v Polsku, Bulharsku a Chorvatsku putovalo více než 2,7 miliónu kusů müsli tyčinek různých příchutí, přičemž nejoblíbenějším druhem byla tyčinka s příchutí Jahoda v jogurtu. Výrazná poptávka především v Bulharsku, Chorvatsku a Rumunsku panuje po jemných ovesných vločkách K-Classic, kterých bylo v loňském roce vyvezeno více než 1,2 miliónu kusů. Zákazníci v Bulharsku a Rumunsku si také oblíbili K-Classic smetanovou zmrzlinu, které bylo v posledním roce do obou zemí dodáno téměř 602 000 kusů. (tz)



INZERCE

**SATJAM®**  
Lehká střecha s tradicí

www.satjam.cz

**Střecha SATJAM z prémiového norského hliníku za nejlepší cenu**



# Končí cenové výkyvy stavebního materiálu na českém trhu?

Období nepředvídatelných cenových výkyvů je nejspíš u konce. Už loni se ceny stavebních materiálů stabilizovaly a letošní rok by se měl nést ve stejném duchu. Očekává se, že ceny materiálů budou stagnovat. Stabilizaci cen stavebních materiálů pro letošek očekává většina ředitelů firem (63 %). Usnadní jim to plánování a výběr materiálů pro nové projekty. S narůstajícím zájmem o ekologický a udržitelný přístup se dá předpokládat stále častější prosazování alternativních materiálů na stavbách. Část dotázaných (22 %) stabilizaci cen nevěří a očekává zdražení materiálů, a to v průměru o 8 %. Vyplyvá to z průzkumu analytické společnosti CEEC Research.

Její ředitel, Michal Vacek, řekl, že: „Po turbulentním období, kdy vývoj cen některých stavebních materiálů připomínal křivku horské dráhy směrem vzhůru, se ceny relativně ustálily. Je ale třeba si uvědomit, v jaké hladině – a to až o desítky procent výš než v minulosti, s nulovou vizí návratu zpět. V případě zásob materiálů stavební společnosti nyní nevnímají jeho nedostatek, jako tomu bylo v minulosti, což výrazně negativně ovlivnilo ceny. Prudké navýšení cen korespondovalo s vysokou poptávkou a nízkou nabídkou, k čemuž v současné době nedochází a ani tomu nic nenasvědčuje.“

„Vzhledem ke stagnaci poptávky nečekám výraznější nárůst cen stavebních materiálů, u některých komodit jsme zaznamenali spíše jejich pokles. Dodávky jsou stabilní, materiálu je na trhu dostatek,“ sdělil obchodní ředitel COLAS CZ Tomáš Hlaváček. A Radek Mrázek, místopředseda stavební společnosti BAK souhlasil: „Očekávám konstantní ceny materiálů, bez velkých výkyvů cen a množstevních dodávek, pokud se samozřejmě nezmění geopolitická situace v Evropě, ale dnes i ve světě, a nedojde ke skokovému zdražení komodit. To ale nejsme schopni nikdo předvídat a můžeme pouze pasivně pozorovat.“

„Ceny stavebních materiálů nadále rostou, ale tempo růstu výrazně zpomalilo oproti předchozímu roku, jenž byl výrazně ovlivněn obecným růstem inflace. Výhledy však nejsou ideální – v některých regionech se již začíná projevovat nedostatek základních stavebních surovin, jako je stavební kámen či štěrkopísek. Nejde sice ještě o kritické množství, přesto se výrazně prodlužuje dovození z destinací, a tím dochází i k růstu ceny,“ vyjádřil se k tématu předseda představenstva Hochtief CZ Tomáš Koranda, který patřil do druhé skupiny dotázaných.

Dvě pětiny stavebních společností už nečelí obtížím spojeným s nedostatkem stavebního materiálu (44 %). Díky tomu se jim daří dodržovat smlouvené termíny a plynule navazují na realizaci plánovaných projektů. Přestože většina stavebních materiálů je na trhu k dispozici, u někte-

rého zboží firmy stále řeší problémy s dostupností (55 %). Jde hlavně o specializovaný nebo hojně poptávaný materiál. Vedle výkyvů na trhu patří mezi nejčastější důvody také komplikace v logistice nebo neočekávané zpoždění ve výrobě, a tedy i dočasná nedostupnost.

Udržitelnost a inovace jsou tématy, která rezonují nejen mezi stavebními firmami. Například alternativní stavební materiály už aktivně využívá třetina podniků. Jejich motivací je hlavně úspora energií. Stále významnější roli ale hraje snaha minimalizovat dopady na životní prostředí. Společnosti v praxi využívají například recyklované materiály, přírodní izolace nebo nové kompozitní materiály. Na druhou stranu dvě třetiny respondentů zatím nevyužívají žádný z materiálů, který by nahradil tradiční stavební materiál nebo metody. Některé z firem se brání zavedení novinek třeba kvůli konzervativnímu přístupu nebo větším investicím, které by bylo třeba na začátku vložit. Trend i přesto směřuje k udržitelnosti a inovacím, a ukazuje se, že zájem o nové nebo alternativní materiály v budoucnu nejspíš dál poroste.

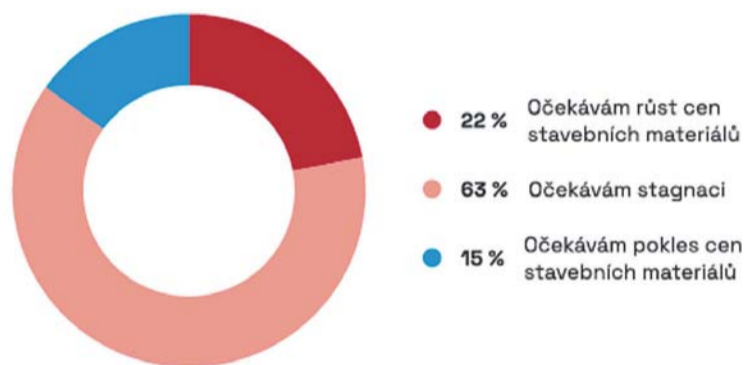
Více než polovina společností (58 %) preferuje nákup stavebních materiálů výhradně od domácích dodavatelů. Tento trend je ovlivněn několika faktory. Primárně společnosti oceňují snadnou dostupnost zboží na lokálním trhu, projevují významnou důvěru v české podniky a usilují o podporu místního hospodářství. Dalšími motivujícími faktory jsou redukce nákladů na dopravu

a eliminace komplikací spojených s mezinárodní přepravou. Naopak, 42 % dotazovaných společností zavedlo hybridní model nákupní strategie, kombinující dodávky jak z domácích, tak zahraničních zdrojů. Tento přístup nabízí širší spektrum materiálů a umožňuje společností flexibilitně reagovat na případný nedostatek materiálů na určitých trzích. Kromě toho firmy mohou porovnávat více nabídek a vybírat nejvýhodnější cenové nabídky. Zajímavým zjištěním je, že žádná z dotazovaných společností neuvědla, že by nakupovala stavební materiály výhradně ze zahraničí. To může odrážet dominantní postavení lokálních zdrojů a dodavatelů v rámci stavebního sektoru v České republice, stejně jako potenciální výzvy spojené s importem, včetně vyšších logistických nákladů a rizika zpoždění dodávek. Přestože domácí dodavatelé mají jasnou převahu, otevřenost k mezinárodním trhům zůstává klíčovým prvkem nákupních strategií stavebních společností.

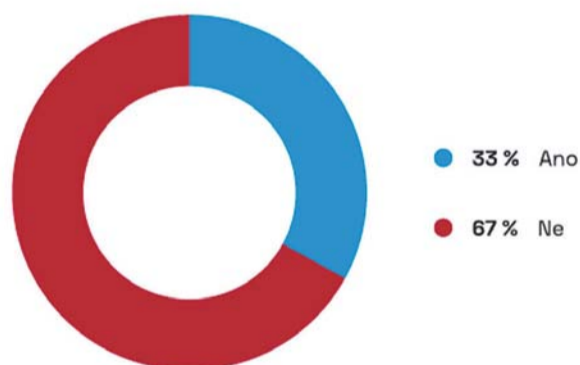
Kamil Jeřábek, generální ředitel Wieneberger, podotkl: „Trh se stavebními materiály je vzhledem k propadu poptávky v loňském roce zásobený. Nicméně, s příchodem stavební sezóny a opatrně pozitivnějším výhledem, tento rok opět obnovujeme výrobu a postupně budeme doplňovat veškerý sortiment,“ doplnil téma za výrobce stavebních materiálů.

Údaje vycházejí z Kvartální analýzy českého stavebnictví Q1/2024 zpracované analytickou společností CEEC Research, www.ceec.eu. (tz)

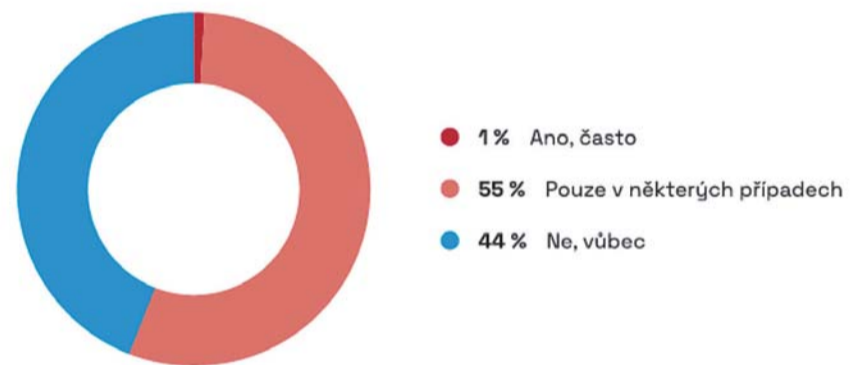
## Jaký očekáváte vývoj cen stavebních materiálů v tomto roce?



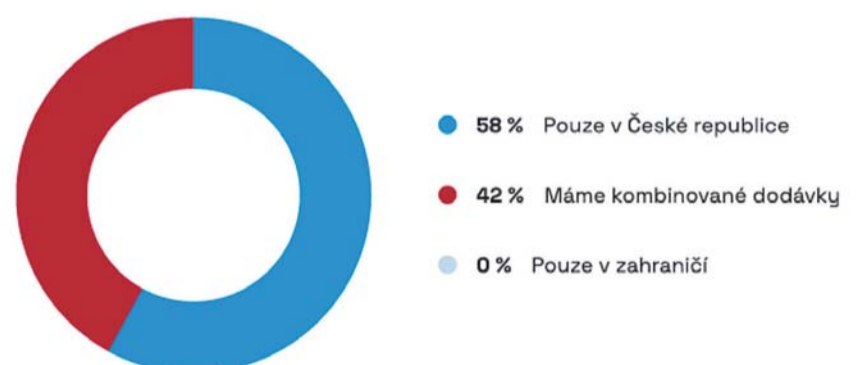
## Využíváte alternativní stavební materiály?



## Máte obtíže při získávání potřebných stavebních materiálů?



## Kde kupujete stavební materiál?



# Spokojení zaměstnanci mohou až o čtvrtinu zvýšit firemní zisk

Dnešní pracovní trh se mění. Flexibilnější, mobilnější a hybridní modely práce dovolují vytvářet lepší rovnováhu mezi pracovním a soukromým životem. Průzkum společnosti Atos ukázal, že více než 50 % zaměstnanců očekává hybridní formu práce. Pokud jim ji zaměstnavatel je schopný nabídnout, a přidá k tomu důraz na pozitivní firemní kulturu a osobní rozvoj, získá nejen angažovanější a motivovanější zaměstnance, ale také může počítat se ziskovostí vyšší o 23 %. Změna přístupu z „máme zaměstnance“ na „pracují u nás lidé“ také pomáhá přilákat a udržet si špičkové talenty, snížit fluktuaci zaměstnanců a posílit pověst oblíbeného zaměstnavatele.

„Zatímco včera firmy v lidech viděly zaměstnance, dnes v zaměstnancích musí vidět lidi,“ řekl Radek Mihalík, specialista na digital workplace ze společnosti Atos. „Díky rozvoji digitálních technologií se objevily způsoby práce, které lidem dovolují řídit se nově nastavenými prioritami. To vede k větší efektivitě, vyšší výkonnosti, ale také k lepšímu zdraví

a psychické pohodě.“ V době, kdy lidé kladou větší důraz na rovnováhu mezi soukromým a profesním životem, je klíčové, aby jim zaměstnavatelé dokázali vyjít vstříc. Koncept digitálního pracoviště, jak ho ve více než 130 zemích světa realizuje například společnost Atos, vychází vstříc zaměstnancům i firmám. Prostřednictvím komplexních řešení a služeb pro

digitální pracoviště pomáhá změnit vnímání zaměstnance z pouhé pracovní síly na člověka. Umožňuje nové způsoby práce, kombinuje řešení a služby napříč všemi typy technologií.

Na jednu stranu tedy dovoluje pracovat odkudkoliv a kdykoliv. Na druhou klade důraz na bezpečnost a měřitelnou efektivitu. Zaměstnancům dává svobodu, ale i důvěru, a především jim dokazuje, že na jejich práci i názoru záleží. Společností pak umožňuje získat maximální možnou návratnost významné investice, kterou je vytvoření pracovního místa.

Digitální pracoviště zahrnuje v současné hyperpropojené době prakticky cokoli. Od home office přes interaktivní objednávkový kiosk v bistro nebo e-shop výrobní firmy až po robustní podnikový systém nadnárodní korpo-

race. Atos patří mezi společnosti, které dokážou zrealizovat digitální pracoviště v jakékoliv podobě. Stará se o to 11 000 expertů ve 130 zemích. V rámci digitálních pracovišť spravuje Atos po celém světě více než 5,2 miliónu uživatelských zařízení. Mezi klienty patří jak lokální firmy, tak i nadnárodní společnosti jako Johnson & Johnson, Bayer nebo Airbus.

Program udržitelného digitálního pracoviště je pouze jedním z projektů, kterými se společnost Atos věnuje udržitelnosti v IT. Za své aktivity získává pravidelně různá ocenění. Je čtyřnásobným držitelem platinové plakety EcoVadis, prestižního francouzského ocenění za ekologii. Sedmkrát za sebou pak Atos dosáhl úrovně Leader v hodnocení dodavatelů technologií a služeb pro digitální pracoviště od společností Gartner. (tz)





Strana vychází pod partnerskou záštitou České společnosti pro jakost

# Chceme zachytit nastupující trendy

Zdá se, že umělá inteligence doslova hýbe světem. Velmi ostře pronikne i do dění letošních Dnů kvality, které na listopad v inovované podobě chystá Česká společnost pro jakost. Jako každý rok se ke společnému rokování sejdou odborníci a milovníci kvality v celém spektru nejrůznějších odvětví a budou si předávat zkušenosti a poznatky. O čem budou přednášky a diskuze tentokrát a jaká novinka se jednáním bude prolínat, na to nám odpoví David Kubla, ředitel úseku spolkových činností České společnosti pro jakost. Zmínil se rovněž o tom, proč se o den později na stejném místě odehraje konference From Farm to Fork:

**Podzim bude pro Českou společnost pro jakost náročný, připravují se opět Dny kvality. S jakým programem tentokrát a kdy přesně se odehrají?**

Konference Dny kvality, tedy podzimní odborná akce určená pro všechny příznivce moderních přístupů v kvalitě a zlepšování, je přehlídkou toho, co nového se v oboru kvality událo a co se chystá, snažíme se zachytit nastupující trendy tak, abychom přinášeli nejen členům České společnosti pro jakost, ale i všem, kteří se o tuto oblast zajímají, novinky z oboru. Zároveň je to příležitost ocenit jednotlivce a organizace, které se kvalitě věnují na nadstandardní úrovni.

Konference ctí tradici a uskuteční se 12. listopadu 2024 v kongresovém hotelu Clarion v Praze. Samozřejmě všichni jsou srdečně zváni. Věřím, že letošní ročník bude stát za to.

**Počítá se také s nějakou vychytávkou? Vystoupením, jež maličko vybočí z řady, které rozšíří možnosti nazírání na kvalitu i v jiných souvislostech?**

Nevím, jestli se to dá nazvat vychytávkou, ale plánujeme využít umělou inteligenci pro simultánní přepis přednášky našeho zahraničního hosta H. Kuhleho, který bude hovořit o autonomním řízení. Na našich akcích to bude určitě premiéra, tak se na to dost těšíme. Technologie umožňují přepis mluveného slova, řekněme otiolkování akce, na promítacích zařízeních, ale

třeba i do zařízení našich účastníků – mobilů, tabletů či notebooků.

Co se týká témat, zmiňoval jsem autonomní řízení, výrazným tématem bude také umělá inteligence. Umělá inteligence transformuje české firmy a způsob, jakým pracujeme. Lukáš Benzl, zakladatel České asociace umělé inteligence, bude hovořit o inspirativních příbězích a nabídne tipy pro jednotlivce i organizace. Luděk Brunclík z Preciosy představí AI a její využití v při kontrole kvality, Lucie Nová z ČSJ bude prezentovat normativní rámce pro řízení systému umělé inteligence. Ale nebude to jen o umělé inteligenci, podniky v současnosti trápí i plnění požadavků na výpočet uhlíkové stopy. Ne všichni ví, jak se přesně dobrat solidního výsledku, pustit se do toho vlastními silami nebo využít externí odborníky. Odpovědi přinese Monika Hoffmannová z Kion Group s tématem Výpočet uhlíkové stopy ve výrobním podniku. Samozřejmě nebude chybět celý blok přednášek věnovaný automotive průmyslu, který tradičně zastřešuje partner konference Škoda Auto. Svůj prostor v programu dostanou i odborná centra České společnosti pro jakost.

O další atraktivní přednášky nebude nouze, ale to už bych prozrazoval více, než v současnosti mohu. Ucelený program bude začátkem září dostupný na webu konference [www.dnykvality.cz](http://www.dnykvality.cz)

**Jaká největší změna čeká účastníky setkání? Prý tentokrát bude pouze jednodenní...**

Musíme reagovat na zrychlující se svět kolem nás, takže novinkou bude, že Dny kvality budou jednodenní, ale s nabitým programem, řekl bych od rána do večera. Chceme vyjít vstříc účastníkům a přizpůsobit se jejich plným diářům a dalším povinnostem ve firmách. Ale kdo bude mít chuť si užít informační maraton plnými doušky, může se ze Dnů kvality, konference zaměřené převážně na průmyslovou výrobu a oblast služeb, druhý den na stejném místě přenést do oblasti kvality a bezpečnosti potravin na konferenci s programem sestaveným a zaměřeným na celý řetězec od farmy až po vidličku, tedy From Farm to Fork.



David Kubla, ředitel úseku spolkových činností České společnosti pro jakost

**Druhý den bude tedy následovat úžeji zaměřená konference From Farm to Fork. O ni bývá vždy značný zájem, neboť diskuze nad kvalitou potravin je stále živější...**

Ano, je to tak, o diskuzi není nouze, zvláště, když se na jednom místě sejdou zástupci všech zainteresovaných stran, tedy zastřešující organizace v oblasti zemědělství a potravinářství, kontrolní orgány, reprezentanti zemědělců, producentů a obchodních společností. Vzájemné sdílení informací pomáhá i k pochopení postojů všech zapojených stran v celém řetězci.

**Co byste odborníkům chtěli sdělit tentokrát? Kdo bude prezentovat názory, novinky, zajímavosti, hlavní téma?**

S přednáškou vystoupí zástupci Ministerstva zemědělství, Svazu obchodu a cestovního ruchu, určitě nebude chybět přehled výsledků kontrolní činnosti SZPI, to je tradiční a svým obsahem atraktivní přednáška. Přednášky se budou věnovat tématům jako řízení dodavatelů, využití umělé inteligence, plnění požadavků

bezpečnosti a kvality při výrobě, zkušenosti z auditů a udržitelnost. Finální podoba potvrzených přednášek bude známá až po uzávěrce rozhovoru. Ale vy máte tu možnost, že si program konference můžete začátkem září prohlédnout na webu konference [farmfork.csq.cz](http://farmfork.csq.cz)

**Nedílnou součástí a vyvrcholením setkání odborníků bude předávání ocenění za kvalitu a vyhlášení výsledků soutěže Ambasador roku. Hlásí se letos více zájemců? Uzávěrka je, pokud vím, 30. září...**

Program podzimních Dnů kvality má i svoji společenskou část, ta je spjata také s předáváním ocenění vyhlášených Českou společností pro jakost. I letos poznáme nové držitele cen Ambasador kvality České republiky, Manažer kvality roku, držitele ocenění Quality Innovation Award – Mezinárodní ceny inovací. Uděleny budou také studentské ceny – tedy Cena Františka Egermayera a nejvyšší ocenění udělované Českou společností pro jakost osobnostem působícím v oboru kvality i s mezinárodním přesahem – Cena Anežky Žaludové.

Termín uzávěrky přihlášek do cen je až na konci září, tam se teprve budou počítat účastníci. Já věřím, že se potvrdí vzestupný trend zájmu o cenu Ambasador kvality České republiky. Pro účast v soutěži je třeba vyplnit dotazník, řekněme přiměřeného rozsahu, a zbytek obstarat hodnotitelé, kteří na místě prověří vybraná témata. Na podání přihlášky mají zájemci ještě pár dní času. Určitě je to dobrá zpětná vazba pro vedení organizace.

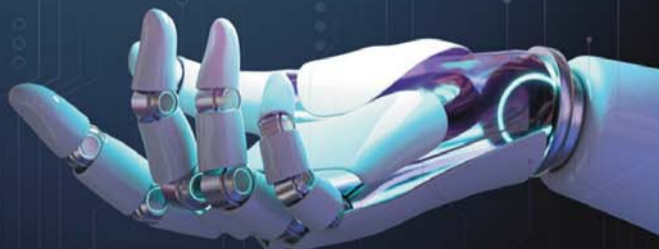
U Mezinárodní ceny inovací je postup obdobný, přihlášenou inovaci posoudí nejprve odborníci České společnosti pro jakost, a poté ty nejlepší inovace z národní úrovně soutěže bude hodnotit mezinárodní fórum odborníků. Takže stát na pódiu, reprezentovat organizaci a přebírat některou z cen stále může kdokoli, kdo obstojí – ať už členové České společnosti pro jakost, či další subjekty, kterým na kvalitě, inovacích a zlepšování záleží.

za rozhovor poděkovala Eva Brixl

INZERCE



12. listopadu 2024



## Dny kvality 2024

Clarion Congress Hotel Prague\*\*\*\*, Freyova 33, Praha 9 – Vysočany  
**Konference pro příznivce moderních přístupů v kvalitě a zlepšování.**

Stěžejními tématy konference bude problematika umělé inteligence a její využití v praxi, uhlíková stopa a její výpočet, autonomní řízení a další zajímavá témata.

<https://www.dnykvality.cz/>



13. listopadu 2024



## From Farm to Fork 2024

Clarion Congress Hotel Prague\*\*\*\*, Freyova 33, Praha 9 – Vysočany  
**Konference je určena všem, kteří se zabývají kvalitou a bezpečností potravin.**

Na konferenci zazní příspěvky představitelů zastřešujících orgánů, zkušenosti zpracovatelů a zástupců obchodních řetězců.

<https://farmfork.csq.cz/>

Partneři průmyslová hydraulika

# Komerční banka za první pololetí ochránila klienty před ztrátou 306 milionů korun

V reakci na rostoucí trend kyberpodvodů v České republice pokračuje Komerční banka v intenzivní boji proti kyberkriminalitě. Od začátku roku 2024 ochránila banka své klienty před ztrátou 306 milionů korun, přičemž počet pokusů o podvod vzrostl letos ve srovnání s předchozím obdobím až o 39 %. Nejčastější formami podvodů jsou falešné e-maily a telefonáty, které cílí na investice do kryptoměn, a nově i finanční podvody spojené s umělou inteligencí.

„Kyberzločinci se stávají stále vynalézavějšími, ale my se snažíme být o krok napřed,“ uvedl Pavel Šašek, manažer karetního servisu a prevence podvodů, a dodal: „V prvním pololetí letošního roku se nám v oblasti karetních podvodů podařilo zachránit našim klientům přibližně 250 milionů korun. Naše úsilí a efektivní spolupráce s policií přináší výsledky, avšak klíčové je, aby

byli naši klienti obezřetní a věnovali pozornost bezpečnostním upozorněním a doporučením.“

Marek Macháček, expert na prevenci platebních podvodů Komerční banky, k tomu doplnil: „Dalších 56 milionů korun jsme klientům zachránili v oblasti investičních a dalších podvodů. To je zhruba polovina sumy, kterou jsme v našem oddělení zachránili za celý minulý rok. Podvodníci se adaptují a často místo vyšších částek cílí na menší, které působí méně podezřelě, ale snaží se je získat větším počtem podvodů.“

Významnou roli při zachraňování peněz klientům hraje využívání umělé inteligence pro detekci podvodných aktivit. Technologie umožňují Komerční bance rychle reagovat na podezřelé transakce a efektivně chránit finanční prostředky klientů. „Umělá inteligence je dvousečná zbraň. Zatímco podvodníci ji využívají pro vytváření sofistikovanějších útoků, my ji používáme k posílení našich obranných mechanismů,“ komentoval Pavel Šašek.

Mezi nejnebezpečnější podvody patří i nadále tzv. vishing (podvodné telefonáty), kdy se e-šmejdí vydávají například za bankéře nebo Policii ČR. Tento druh podvodu je pro klienty mnohdy těžko odhalitelný, protože útočí na základní lidské emoce – strach spojený s ochranou majetku nebo touhu po rychlém zisku. Stále častější jsou také falešné investiční nabídky a scamy spojené s kryptoměnami. Tyto podvody jsou často podpořeny falešnými videi s politiky nebo populárními osobnostmi, které zvyšují jejich zdánlivou věrohodnost. Mnoho obětí tak podlehe představě rychlého zbohatnutí a investuje významné částky do kryptoměn, aniž by pochopily rizika. „Deepfake videa, která vypadají velmi pravdivě, jsou jedním z nejnovějších nástrojů podvodníků. Zvláště u starších osob nad 50 let pozorujeme, že mají problém pochopit, že technologie již umožňují vytvoření obsahu, které se jeví jako autentické,“ objasnil Marek Macháček.

Podle odborníků z Komerční banky existují specifická období a okamžiky, kdy jsou kyberzločinci neaktivnější – obvykle v době, kdy lidé nevěnují pozornost svým finančním transakcím. „V noci, kdy většina z nás spí, dochází na kontech a kartách k neplechám, ale kontakt s klientem často předchází během dne, například v průběhu obědové pauzy. Podvodníci také využívají období, kdy jsou lidé více zaneprázdněni nebo roztržití, jako jsou svátky, prázdniny, a především období před Vánocemi,“ dodal Pavel Šašek.

Marek Macháček poukázal na specifika těchto období: „Prázdniny nebo Vánoce jsou pro nás obzvláště náročné. Před dovolenými se často setkáváme s podvody, kdy lidé nevěnují dostatek pozornosti detailům platby za ubytování nebo cestovní služby. O Vánocích jsou pak

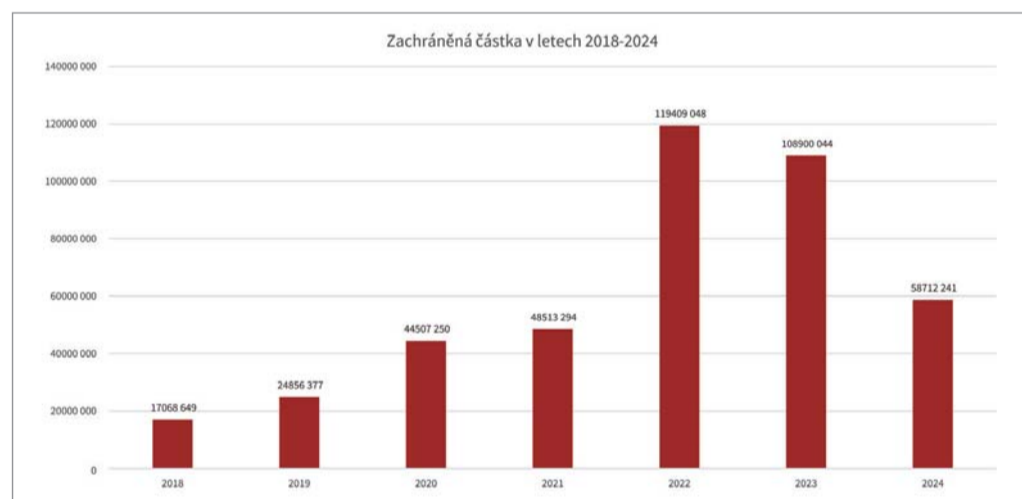
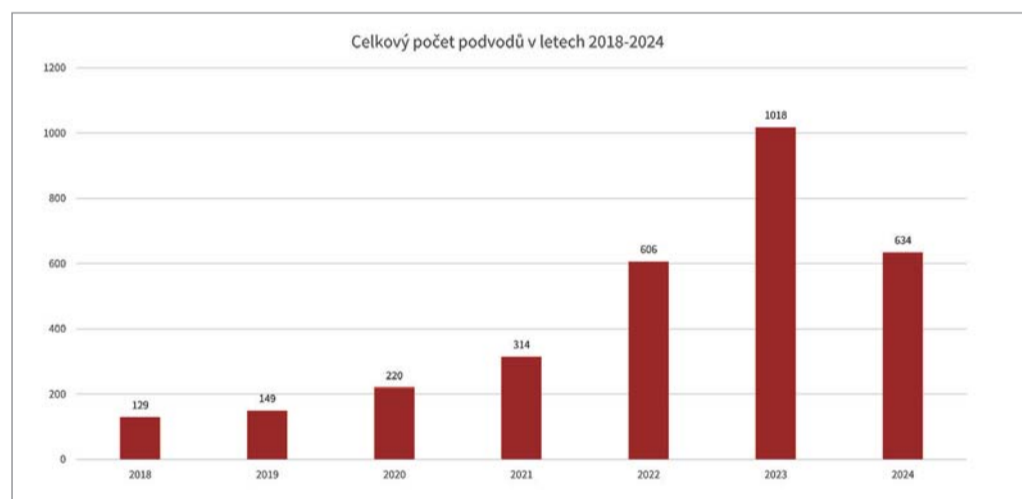
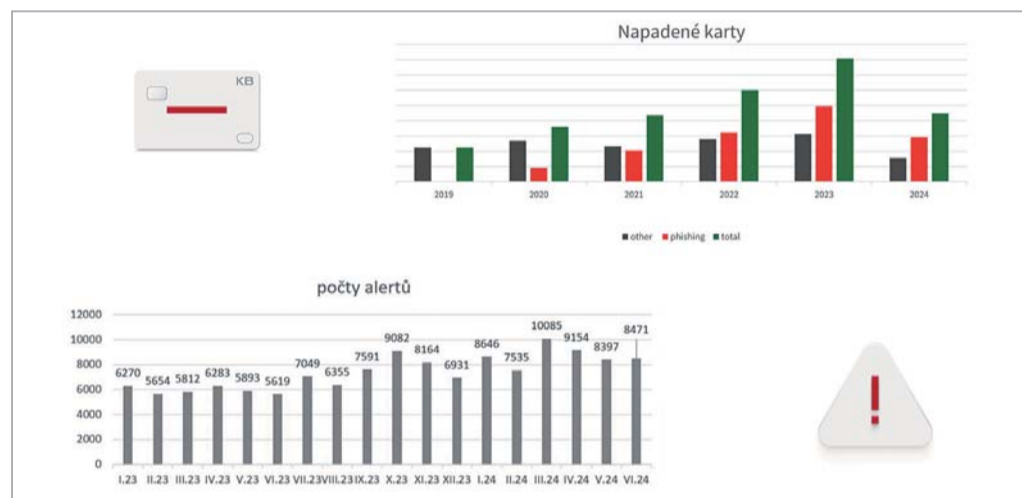
zase lidé ve stresu a podvodníci je často snadno přesvědčí o tom, že je jejich účet napadený a je třeba jednat rychle.“

Evergreenem jsou také podvody v období, kdy se podává daňové příznání. „Od dubna tradičně registrujeme zvýšený počet podvodů spojených s falešnými esemeskami o přeplatcích daní. Tato taktika využívá přirozenou tendenci lidí reagovat na zprávy o finančním zisku nebo úsporách, čímž se stávají snadnými cíli pro kyberzločince,“ vysvětlil Marek Macháček.

Boj proti kyberpodvodům je pro Komerční banku neustálou výzvou, která připomíná strategickou hru na šachovnici. „Naše práce je jako šachová partie. Musíme pozorně sledovat tahy protivníka a neplýtvat časem na opatření, která podvodníky nezastaví. Abychom efektivně chránili úspory klientů, musíme být před podvodníky vždy o krok napřed,“ řekl Marek Macháček.

Koncem loňského roku tak Komerční banka například zavedla možnost ověřit si v aplikaci KB klíč bankéře, který klienty jménem Komerční banky kontaktuje. Kdykoliv klientovi KB zavolá zaměstnanec banky, může ho klient požádat, aby se prokázal. V KB klíči se pak zobrazí jméno bankéře a komunikační kód, který v tu chvíli zná jen bankéř a klient.

Pavel Šašek nicméně zdůraznil, že i když banka může zavést různá opatření, omezení nebo varování, úplnou ochranu zajistit nelze. „Edukace našich klientů je stejně důležitá jako boj s podvodníky. Neustále zdůrazňujeme, že bez opatrnosti a zdravého rozumu mohou snadno naletět na podvod. Také je důležité si uvědomit, že, ač to zní lákavě, z vás nikdo milionáře přes noc neudělá. Lidé by zkrátka měli zůstat obezřetní a chránit své účty i osobní informace s maximální opatrností,“ uzavřel Pavel Šašek. (tz)



## Český vynález slaví deset let: hardwarová peněženka změnila kryptoměnový svět

V červenci 2024 uplynulo deset let od uvedení první hardwarové kryptopeněženky na svět. V roce 2014 Marek „Slush“ Palatinus a Pavol „Stick“ Rusnák totiž představili první model hardwarového zařízení, které umožňovalo bezpečně uchovat přístupový klíč k manipulaci s vlastními kryptoměnami. Široké veřejnosti tak umožnili bezpečně držet kryptoměny bez technických znalostí.

„Trezorů“ se dodnes prodaly téměř dva milióny kusů a poptávka stoupá. Za uplynulou dekádu kolem kryptopeněženek vyrostl trh, jehož hodnota je odhadována na stovky miliónů dolarů a v příštích letech má dle mnoha průzkumů i nadále růst. Trezor ale nestojí jen za první hardwarovou peněženkou. Spolu s revolučním hardwarem totiž světu společnost představila i související bezpečnostní standardy, které používají téměř všechny kryptoměnové peněženky na světě a spolu s nimi také přes sto miliónů lidí.

„Za uplynulých deset let prošel celý segment výrazným posunem a naše firma spolu s ním. Jsem rád, že jsme stáli u zrodu revolučního zařízení, i když jsme to tehdy netušili. Záhy po představení prvního prototypu se ale ukázalo, že o kryptopeněženku nemá zájem jen pár kamarádů, ale tisíce lidí, nakonec milióny. Poptávka samotná však pro nás nikdy nebyla směřovatelná. Bitcoinu jsme věřili i v momentech, kdy nad ním skoro všichni lámali hůl. A i díky tomu jsme byli schopni překonat výkyvy trhu. Navíc v číslech pozorujeme, že o absolutní kontrolu vlastněných kryptoměn je v poslední době čím dál větší zájem. Tahle jízda tedy rozhodně není u konce,“ řekl Marek „Slush“ Palatinus, spoluzakladatel SatoshiLabs a Trezorů.

Prvotní motivací pro tvůrce zařízení bylo primárně mít možnost uschovat bitcoin někde v bezpečí, mimo počítače, které jsou stále online a určené ke sdílení informací. Než však první Trezor spatřil světlo světa, museli Slush a Stick (v komunitě přezdívky tvůrců) překo-

nat řadu nepřijemností. Nejprve Kickstarter zarazil jejich veřejnou sbírku, a posléze narazili na to, že tisícovka zamýšlených kusů hardwaru je pro jakéhokoli výrobce málo a potřebují poptat alespoň třicetkrát víc. Podařilo se jim však dohodnout, že v prvním kole bude vyrobeno pouze 10 000 kusů. Ty se však velmi rychle prodaly a poptávka se nabalovala jako sněhová koule. „Zanedlouho jsme tak byli schopni prodat i požadovaných 30 000 vyrobených peněženek, což nám zajistilo dostatek financí na rozjetí nezávislé společnosti, kterou je Trezor a celé SatoshiLabs dodnes,“ dodal Pavol „Stick“ Rusnák, druhý ze zakladatelů SatoshiLabs a Trezorů.

Na své konto ale SatoshiLabs, mateřská skupina Trezorů, v jejímž čele Palatinus a Rusnák stojí, nasbírala za uplynulou dekádu desítky prvenství. Mimo jiné uvedla bezpečnostní standardy BIP39 a BIP44, které využívají téměř všichni výrobci kryptopeněženek na světě. Bez nich by nebyla možná vzájemná interoperabili-

ta. SatoshiLabs stojí také za dalšími inovacemi třeba v podobě prvního open-source bezpečnostního čipu, jehož vývoj probíhá v dceřině společnosti Tropic Square.

„Je úžasné, že si naše firma stále drží významnou pozici na trhu. Jako vynálezci původní peněženky zároveň cítíme velkou odpovědnost nejen za vysokou kvalitu a standard našich peněženek, ale i za vývoj segmentu jako takového. Nicméně ať už se inovace v kryptu budou ubírat jakýmkoli směrem, vždy zůstaneme věrni původním zásadám, na kterých byl Trezor založen – maximální důraz na finanční svobodu jednotlivce. To je totiž to, co nás odlišuje od konkurence,“ uvedl Pavol Rusnák.

V polovině června firma na největší bitcoinové konferenci BTC Prague uvedla na trh novou kryptopeněženku Trezor Safe 5 a službu expertní podpory při nastavení nové peněženky. Uvedení nového modelu následovalo úspěch nových modelů a produktů z minulého roku, kterých se již prodalo desítky tisíc. (tz)

# Úroda řepky bude nejhorší za sedmnáct let, pod průměr klesne i pšenice

Zně se se při přípravě tohoto článku dostávají do poloviny, což je mnohem rychleji než loni, a zemědělci z celé republiky hlásí žalostné výsledky. Očekávají nejhorší sklizeň řepky za posledních sedmnáct let a druhou nejhorší sklizeň pšenice za dvanaáct let. Může za to nejen pokles výměry těchto plodin, ale také turbulence, které předvádí od jara počasí. K těmto závěrům došla Komoditní rada pro obiloviny a olejniny při Agrární komoře České republiky. Pěstitelé mohou podle ní přijít na tržbách za obiloviny a olejniny až o šest miliard korun ve srovnání s loňským rokem.

Čeští zemědělci se obávají o letošní sklizeň obilovin a olejin a oficiální statistiky jim dávají za pravdu. Z dosavadních údajů Státního zemědělského intervenčního fondu vyplývá, že výnosy dvou hlavních polních plodin, tedy pšenice a řepky, budou výrazně zaostávat za průměrem. Letošní sklizeň řepky tak může dosahovat necelého miliónu tun a úroda pšenice kolem 4,5 miliónu tun, což jsou nejhorší výsledky za posledních několik let. Nezvykle teplé jarní počasí totiž uspišilo vegetační vývoj rostlin a následná vlna silných mrazů v dubnu poškodila nejen ovoce nebo zeleninu, ale poničila také další plodiny jako právě obiloviny a olejniny. V červnu se zemědělci potýkali s přivalovými dešti a místy i s krupobitím. Dešťové srážky a silné nárazy větru ostatně komplikovaly žně i koncem července, protože polehlé porosty se nedají sklízet a na podmačených polích se boří kombajny.

„Rozmary počasí jsme mohli vidět několikrát, kdy například tropické teploty náhle vystřídal déšť. Právě tato nepředvídatelnost ztěžuje zemědělcům jejich práci, kterou pak nemohou plánovat a musí prostě čekat na optimální podmínky, aby mohli s kombajny do polí vyjet. Jenomže pole není šroubárna, která by zůstala v tom stavu, jak ji večer zanecháte, je to zkrátka příroda, a ta se mění neustále. Vlivem zvýšené vlhkosti se



mohou šířit plísně, různé choroby nebo škůdci. V terénu mezi zemědělci ale moc optimismu není,“ řekl na přelomu července a srpna prezident Agrární komory ČR Jan Doležal.

Do nižšího objemu sklizně obilovin a olejin se promítne také snížení osevních ploch. Jen výměra pšenice se letos propadla oproti loňsku podle dat Českého statistického úřadu o 41 000 ha na necelých 777 000 ha a plocha řepky se meziročně snížila o 37 000 ha na 343 000 ha. K tomuto trendu dohází po celé Evropě a způsobila jej především klesající rentabilita pěstování těchto plodin kvůli levným dovozům z Ukrajiny a dalších třetích zemí na evropský trh. Tamní pěstitelé nemusí dodržovat tak vysoké standardy produkce jako evropští, a mo-

hou si tak dovolit mnohem nižší produkční náklady. Evropským zemědělcům se nadále nevyplatí tyto plodiny pěstovat, protože za dodržení všech pravidel, která se zpřísňují, a nadále zpřísňovat budou kvůli Zelené dohodě pro Evropu a dalším environmentálním ambicím Evropské unie, klesá na takto pokřiveném trhu jejich konkurenceschopnost. Komoditní rada pro obiloviny a olejniny při Agrární komoře ČR proto očekává, že osevní plochy obilovin a olejin budou klesat i nadále nejen v Česku, ale v celé Evropě.

„Horší letošní sklizeň pšenice a řepky očekávají všichni evropští pěstitelé. Všichni se potýkáme prakticky s totožnými problémy, tedy vrtochy počasí a nespravedlivou konkurencí,

kteřou si dobrovolně pouštíme na evropský trh a která nás pomalu, ale jistě nutí pěstovat něco jiného. Otázkou je, v jaké kvalitě si sem zboží ze třetích zemí přivezeme, a následně předložíme spotřebitelům. Dosavadní výsledky kontrol mě osobně o vysoké kvalitě tohoto zboží příliš nepřesvědčily. Tento trend v pěstování je ostatně vidět na odhadech letošní sklizně. Evropská produkce pšenice by měla podle predikce Amerického ministerstva zemědělství USDA dosahovat 130,5 miliónu tun, což znamená pokles oproti několikaletému průměru, a sklizeň řepky by měla podle odhadu organizace Oil World činit 17,3 miliónu tun, tedy meziročně méně o téměř 14 %,“ dodal prezident Agrární komory ČR Jan Doležal. (tz)

## Precizní zemědělství používá již 30 % českých zemědělců z oblasti rostlinné výroby

**Precizní zemědělství je aktuálně skloňované u většiny zemědělců a je jedním z nejvýznamnějších trendů tohoto sektoru. Podle čerstvé analýzy Ústavu zemědělské ekonomiky a informací již 30 % českých zemědělských subjektů využívá alespoň nějakou technologii precizního zemědělství.**

Z celkového počtu 1884 zemědělských subjektů, které se věnovala analýza ÚZEI, jich 567 (30 % subjektů) uvedlo, že využívají alespoň nějakou technologii precizního zemědělství. Mezi zemědělskými subjekty v ČR jsou nejvíce rozšířeny technologie z kategorie navádění a řízení soustav, které využívá 23 % respondentů. Mezi těmi, kteří využívají precizní zemědělství, si pak tyto technologie osvojilo 76 % respondentů. Variabilní aplikace hnojiv využívá 8 % respondentů (27 % z uživatelů precizního zemědělství) a variabilní aplikace přípravků na ochranu rostlin využívají 3 % respondentů (10 % z uživatelů precizního zemědělství). Zpracování půdy a zakládání porostu zastupuje 9 % respondentů (30 % těch z uživatelů precizního zemědělství). S drony pracují 3 % respondentů (10,5 % uživatelů precizního zemědělství) a s roboty 0,4 % respondentů (1,5 % uživatelů precizního zemědělství).

Konkrétně je nejvíce zastoupeno navigování a automatizace při řízení strojů (20 % respondentů; 63 % výměry všech respondentů). Druhou nejvyužívanější technologií je sekční kontrola záběru, kterou 16 % respondentů obhospodařuje 59 % veškeré své výměry. Na třetí

příčce je využívání variabilních aplikací dusíkatých hnojiv, která používá 7 % respondentů na 21 % jejich výměry.

Celkem 34 % respondentů plánuje v následujících dvou až třech letech zavést nějakou technologii precizního zemědělství nebo zavést jiný, prozatím méně rozšířený, způsob hospodaření. Nejčastěji jde o navigaci a automatizaci řízení strojů (50 %), variabilní aplikaci minerálních hnojiv (27 %) a omezené zpracování půdy (26 %).

Pro respondenty, kteří nepřemýšlejí o zavězení technologií precizního zemědělství v následujících dvou až třech letech, jsou hlavními

bariery investiční kapitál (61 %), nedostatečná plocha (38 %) a provozní kapitál (30 %).

Růst popularity a zároveň nezbytnost postupného využívání technologií a řešení precizního zemědělství potvrzuje i strategie předního českého dovozce zemědělské techniky Agromex a softwarové společnosti CleverFarm. Ti společně vyvinuli novou platformu MyMex, která zpřístupňuje metody precizního zemědělství. „Tato platforma umožňuje zemědělcům a farmářům kompletní kontrolu a správu svých farem s přesností a efektivitou. Jde o řešení určené pro integraci a optimalizaci. S touto platformou mohou dosáhnout efektivnějšího a udr-

žitelnějšího hospodaření,“ řekl Patrik Kalenda ze společnosti Agromex.

Platforma umožňuje přesnější aplikaci hnojiv, pesticidů a dalších agrochemikálií. S inteligentními analýzami a daty o půdě a plodinách a technickými informacemi o strojích pomáhá zemědělcům přesně dávkovat agrochemikálie podle aktuálních potřeb a podmínek. Platforma integruje senzory a technologie z Fendt Connect a CleverFarm, což umožňuje zemědělcům sledovat a řídit jak svou zemědělskou techniku (traktory, postřikovače, mlátičky), tak stav a vývoj plodin a půdy. To znamená kompletní přehled a kontrolu nad farmou na jednom místě.

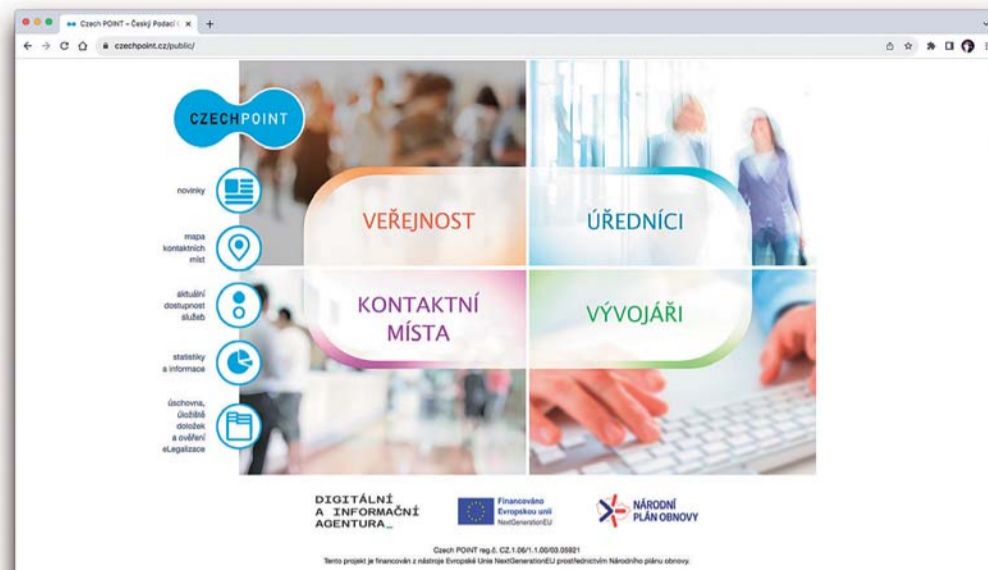
MyMex využívá pokročilé technologie umělé inteligence a strojového učení k automatizaci a optimalizaci pracovních procesů. Systém dokáže generovat doporučení pro plánování závlahy, hnojení a dalších agrotechnických operací na základě aktuálních dat a historie farmy či zemědělského subjektu. Díky této platformě mohou zemědělci efektivněji využívat vodu, hnojiva a pesticidy, což vede ke snížení ztrát a zbytečných nákladů. Systém poskytuje zemědělcům informace o stavu půdy a plodin a doporučuje optimální postupy pro minimalizaci spotřeby zdrojů.

Tato platforma pomáhá zemědělcům minimalizovat negativní dopady zemědělství na životní prostředí tím, že umožňuje přesnější aplikaci agrochemikálií a optimalizaci pracovních procesů. To může vést ke snížení znečištění půdy, vody a vzduchu a k udržitelnějšímu zemědělskému hospodaření. (tz)



# Czech Point i pro stavební řízení

Autentizační a autorizační služby Czech Point si získávají stále větší oblibu u úřadů provozujících informační systémy, do kterých přistupují uživatelé z mnoha různých subjektů veřejné správy. V letošním roce se k nim přidal systém eDoklady a od 1. července je využívá rovněž informační systém pro elektronické stavební řízení. Kromě služeb bezpečné autentizace a autorizace přístupujících uživatelů je velkou výhodou pro správce připojených systémů snadná implementace, a zejména skutečnost, že tato služba je pro všechny orgány veřejné moci zdarma. Upozorňuje na to společnost NEWPS.CZ, která systém Czech Point pro Digitální a informační agenturu provozuje.



Tzv. Jednotný identitní prostor veřejné správy a Katalog autentizačních a autorizačních služeb známý úředníkům pod zkratkou JIP/KAAS představuje významnou část systému Czech Point. Prvním, kdo začal tyto autentizační a autorizační služby využívat, byl již před lety Informační systém územní identifikace (ISÚI), který provozuje Český úřad zeměměřičský a katastrální. V letošním roce pomohly služby JIP/KAAS systému

eDoklady pro podporu ověřovatelů a Informační systém stavebního řízení je zatím poslední systém, který služby JIP/KAAS používá.

„Veřejnost ani netuší, že síť kontaktních míst Czech Point tak, jak ji znají, je pouhou špičkou pomyslného ledovce. Služby kontaktních míst totiž představují pouze menší část systému. Mno-

hem větší nabídka služeb je běžnému občanovi ukryta, slouží pro potřeby úřadů veřejné správy při výkonu jejich činnosti. Jsou to například ohlašovny, matriční agendy, přístup k datům základních registrů nebo konverze z moci úřední. A významnou roli hraje Czech Point právě i při autentizaci uživatelů napříč celou veřejnou správou

prostřednictvím služeb JIP/KAAS,“ řekl Martin Řehořek, ředitel společnosti NEWPS.CZ. Ta systém Czech Point provozuje již od roku 2008, tedy téměř po celou dobu jeho existence, a její jednatel Martin Řehořek je u projektu prakticky od začátku. „Za 17 let provozu evidujeme nedostupnost systému kumulovaně jen přibližně dvě hodiny, což je skutečně dobrá vizitka naší práce. V České republice přitom není žádná tak rozsáhlá síť, jakou nabízí Czech Point,“ doplnil.

Společnost NEWPS.CZ vznikla ze servisní organizace Novell Professional Services, jejímž hlavním úkolem byla podpora prodeje produktů Novell na území České a Slovenské republiky. V průběhu několika let se stala významným dodavatelem systémů českého eGovernmentu a již několik let patří mezi Top 100 ICT společnosti v Česku. Společnost NEWPS.CZ je specialista na IT procesy, digitalizaci, ochranu dat a zabezpečené přístupy. Podílí se na projektech jako Czech Point, Informační systém datových schránek, vnitřní integrace ICT systémů krajů a měst a mnoha dalších. Tyto projekty jsou dnes základními pilíři elektronizace veřejné správy. S nadsázkou lze tvrdit, že v České republice neexistuje úřad, který by nepoužíval řešení firmy NEWPS.CZ. (tz)

## Přepřacovanost jako globální trend

**Přesčas vás nespasí. Podle průzkumu mezi obchodníky, který provedla estonská společnost Pipedrive vyvíjející globální CRM platformu, znamená práce přesčas nikoli lepší výkon, ale pokles výsledků. Lidé pracující nad povinnou dobu nedosáhli svých prodejních cílů o 10 % častěji než ti, kdo přesčas nevyužívali. Bez přesčasů přitom pracuje jen třetina dotázaných. Nejlépe cíle plnili ti, kdo mají pružnou pracovní dobu nebo mohou pracovat z domova.**

„Kdo se chce stát v dnešním pracovním světě atraktivním zaměstnavatelem nebo jím chce zůstat, musí nabízet možnost hybridní práce. Kromě toho je moderní pracovní kultura typická celostním přístupem, který obsahuje psychologické, technologické a fyzické faktory zaměřené na podporu zaměstnanců. Přispívají k pocitu soudržnosti a podporují osobní i profesní rozvoj. Přijetí takového přístupu umožňuje společností vytvořit dynamické prostředí, ve kterém jsou jejich lidé spokojeni, což nejen přitahuje špičkové talenty, ale zlepšuje i celkovou produktivitu a nasazení,“ vysvětlila Tanya

Channing, chief people & culture officer ve společnosti Pipedrive.

Ukazatelem toho, jak jsou správné pracovní podmínky pro produktivitu důležité, je problém přesčasů. Podle průzkumu Pipedrive totiž práce přesčas loni znamenala místo lepšího dosahování pracovních cílů naopak o 10 % horší výsledky. Jen 31 % dotázaných přitom pracovalo pouze během povinné pracovní doby. Desetina respondentů naopak uvedla, že týdně odpracují přes 16 hodin navíc. Někteří prodejci tak mají svůj pracovní týden fakticky šedesátihodinový.

Nejvíce přesčasů odpracují lidé na pozicích CEO a zakladatelů firem, muži a lidé ve finančních nebo stavebnictví. Co se týče země, pracují na dodatečné hodiny nejvíce lidé v USA a Spojeném království.

### Flexibilitou ke štěstí a lepšímu výkonu

Přestože dvě třetiny lidí pracují nad rámec povinné pracovní doby, je většina lidí spokojená se svou work-life balance. Zhruba 64 % dotázaných popsalo svou rovnováhu mezi prací a osobním životem jako dobrou nebo velmi dobrou. Jen každý desátý ji považuje za špatnou nebo velmi špatnou. Podle očekávání přitom

platí, že čím méně přesčasů, tím jsou lidé spokojenější.

Klíčem k dobré work-life balance je pracovní flexibilita. Na 40 % prodejců uvedlo, že když jejich společnost zavedla pružnou pracovní dobu nebo možnost pracovat na dálku, zlepšila se jejich duševní pohoda. U 28 % respondentů se zlepšila dokonce významně. Ženy pozitivní změnu vnímaly o něco více než muži (74 % vs. 66 %). Kladný dopad pracovní flexibility pocítovali také o něco více lidé ve velkých společnostech než v malých firmách. V podnicích do deseti zaměstnanců došlo ke zlepšení duševní pohody u 66 % lidí, ve firmách do sta zaměstnanců to bylo u 69 % lidí a ve společnostech s více než sto zaměstnanci se lépe cítilo 72 % dotázaných.

Kromě duševní pohody má větší volnost v práci pozitivní vliv také na výkonnost a produktivitu. Více než tři čtvrtiny (77 %) respondentů souhlasí s tím, že volná pracovní doba a možnost práce na dálku zlepšila jejich pracovní výkon. Kolem 19 % dotázaných se k tomuto tvrzení staví neutrálně a 4 % s ním nesouhlasí.

„Když firma podporuje flexibilní uspořádání práce, posiluje tím organizační kulturu a kla-

de důraz na důvěru v zaměstnance. Aby mohla taková kultura prosperovat, musejí šéfové zaměstnancům umožnit dělat samostatná rozhodnutí, která zlepší jejich produktivitu a pocit z pracovního dne. Jedna možnost, jak budovat kulturu nezávislosti, je digitalizovat většinu procesů a úkolů, a podpořit tak dlouhodobý úspěch. Flexibilita podporuje pocit odpovědnosti a nezávislosti, což vede k větší angažovanosti a výkonnosti,“ vysvětlila Tanya Channing.

Jednou z technologií, která může ke spokojenosti a lepší work-life rovnováze přispět, je v oblasti prodeje používání CRM softwaru nebo nástrojů automatizace. Jak z průzkumu vyplynulo, je ale důležitý také pocit podpory, a to jak na pracovišti od nadřízených, tak v soukromém životě od rodiny a přátel.

Zjištění pocházejí z mezinárodního průzkumu State of Sales and Marketing Report, který už čtvrtý rok po sobě provedla společnost Pipedrive. Průzkumu za rok 2023/2024 se zúčastnilo 948 podnikatelů a profesionálů z oblasti prodeje a marketingu z 85 zemí. Byli mezi nimi lidé pracující ve startupech, malých a středních podnicích i velkých společnostech. Průzkum probíhal v lednu a únoru 2024. (tz)

## Firmy zaměstnávající dohodáře se topí v administrativě

**Firmám zaměstnávajícím dohodáře se letos významně zvýšila administrativní i finanční zátěž. Kvůli novele zákoníku práce přibýly zaměstnavatelům nové povinnosti a práce dohodářů se jim prodražuje například i kvůli právu na dovolenou. Výrazně se tak snížila nabídka brigád.**

Od července začaly platit změny týkající se zaměstnávání na tzv. dohody o provedení práce. V největší míře je využívají firmy se sezónním charakterem podnikání – stavební firmy, personální agentury, cestovní kanceláře, pořadatelé eventů, ubytovací zařízení a mnoho dalších. Pro řadu z nich je změna ohledně dohodářů vážným zásahem do finančních plánů.

„Společnosti podnikající v sezónních oborech mohou být snáze ohroženy bankrotem. Jakýkoli výkyv trhu nebo chybné rozhodnutí se na jejich hospodaření projeví rychleji než u ostatních,“ popsal Dušan Pukač, Head of Sales společnosti Bibby Financial Services.

Podle Matěje Štěpána, jednatele společnosti Shameless, zajišťující technické pracovníky pro

pořádání koncertů a velkých eventů, je administrativní zátěž enormní a novelu považuje za chaotickou. „Kvůli nedostatku informací jsme neměli prostor na přípravu a obětovali jsme spousty času, energie i peněz nejen na transformaci interního systému, ale také na právní konzultace a osvětlování zaměstnanců,“ upozornil.

Zaměstnávání dohodářů se prodražuje natolik, že firma pro letošek zastavila investice a přehodnocuje formát podnikání. Bojí se, že za stávajících podmínek bude řada firem podnikajících v sezónních oborech bojovat o přežití. „Řešením by byla jednodušší smlouva pro krátkodobé brigádníky a zaměstnanci, která nebude zatížena restrikcemi měsíčních limitů, ale spíše ročním objemem financí,“ navrhl.

Hospodářská komora ČR už na jaře zjišťovala, jak se české firmy na změny v zaměstnávání na dohodu připravily. Téměř dvě třetiny z nich v průzkumu Komorový barometr uvedly, že se počty zaměstnanců na dohodu snížily. Nejčastěji jejich úkoly přerozdělily mezi kmenové zaměstnance, případně je nahradily pracovníky z řad OSVČ nebo zaměstnaly lidi na smlouvu o dílo.

Podle ekonoma Lukáše Kovandy se změny už v první polovině roku projevily na poptávce po brigádnících. V květnu a červnu na pracovních portálech meziročně ubylo inzerátů o desítky procent. „Zaměstnavatelé se rozhodli letos obejít bez brigádníků a pracovní náplň pokrýt přes léto kmenovými zaměstnanci, například díky důsledněji rozvrženému plánu letních dovolených,“ potvrdil závěry průzkumu Lukáš Kovanda.

Hospodářská komora zároveň upozorňuje, že přerozdělení práce mezi kmenové zaměstnance může snížit produktivitu práce kvůli snížení míry specializace. „Vyšší objem práce připadající na zaměstnance pracující na plný úvazek také může vést k vyšším mzdovým požadavkům těchto pracovníků, a za určitých podmínek působit jako proinflační faktor,“ uvedla komora ke komentáři k průzkumu.

Úprava zaměstnávání dohodářů však není jedinou změnou, která sezónně zaměřeným firmám komplikuje podnikání. Od ledna získali dohodáři po splnění určitých podmínek nárok na dovolenou, což zaměstnavatelům opět jejich najímání prodražuje. Nárůst administrativy bude pokračovat i v příštím roce. „Nově bude potřeba

oznámít každou uzavřenou dohodu o provedení práce a dále každý měsíc bude nutné informovat Českou správu sociálního zabezpečení o tom, kolik peněz si dohodář na základě této DPP vydělal. Pokud si v daném měsíci nevydělá nic, i o tom bude potřeba úřad informovat,“ popsal advokátka Marie Janšová z kanceláře Legalitě.

Dušan Pukač podotkl, že kvůli přetrvávající nejistotě na trhu není vhodný čas pro zvyšování administrativní zátěže firem. „Trh práce se stane méně flexibilním, což bude mít v konečném důsledku opačný efekt, než se původně zamýšlelo. A právě menší podniky budou zasaženy nejvíce,“ obává se.

Rostoucí administrativní zátěž si všimá i Hospodářská komora, která odhaduje, že české firmy neproduktivní papírování ročně stojí asi 72 miliard korun. Přichází proto s návrhem na změnu zákona. „Chceme, aby ústřední správní orgány státní správy, které podle kompetenčního zákona odpovídají za příslušnou oblast z hlediska tvorby právních předpisů, měly nově povinnost dopady regulatorních a administrativních opatření přezkoumávat,“ komentoval prezident Hospodářské komory Zdeněk Zajíček. (tz)

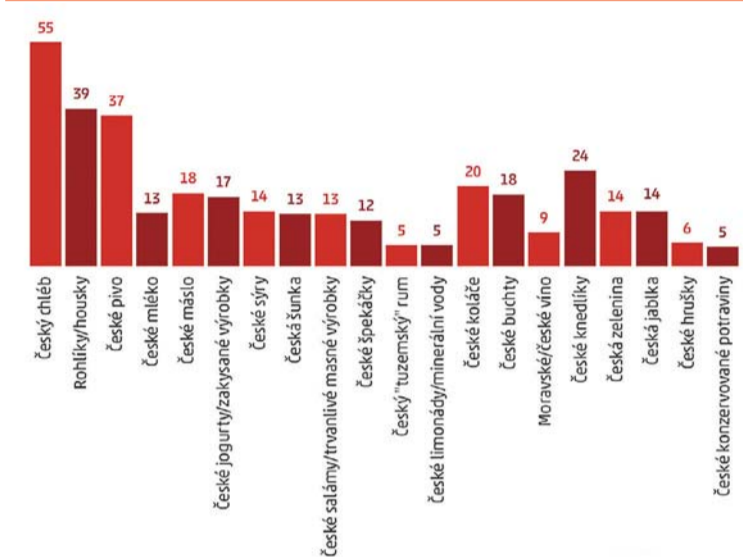
# Čechům na dovolené nejvíc chybí chléb a pivo, po návratu míří nakoupit

Kam vedou první kroky Čechů po návratu z letních zahraničních dovolených? Není to hospoda s českým čepovaným pivem, jak by se mohlo nabízet. A to dokonce ani v případě mužů. Nejrychleji míříme do českých obchodů, kam chodíme nakoupit typicky domácí potraviny, které nám při cestách k moři, na hory nebo za poznáním chybějí. Ukázal to průzkum řetězce PENNY. Při prvním rychlém nákupu v košíku nesmí chybět zejména pečivo – chléb, rohlíky, ale i sladkosti v čele s koláči, a pochopitelně i zmíněné pivo.

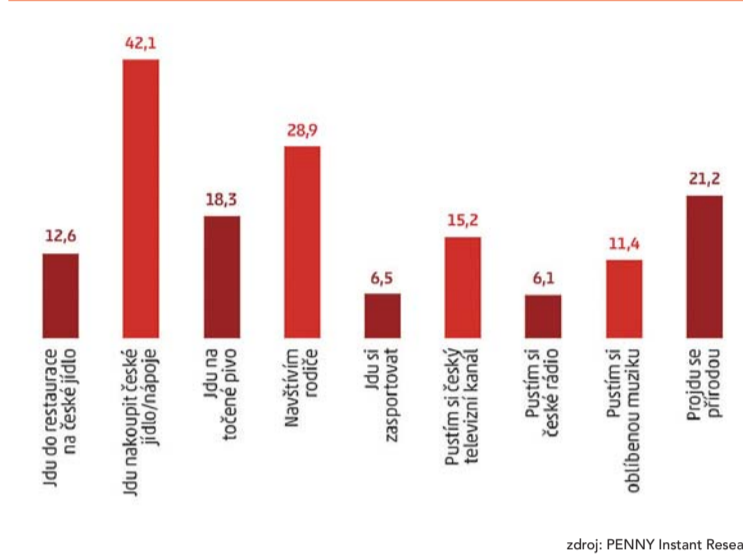
Čechům se na zahraničních dovolených opravdu stýská po potravinách, pochutinách a nápojích s typicky českými chutěmi. První kroky hned 42 % z nás po návratu z dovolených totiž vedou do prodejen s potravinami. O něco častěji se přitom o tyto nákupy starají ženy (45 %) než muži (39 %). Data vyplývají z průzkumu uskutečněného v aplikaci Instant Research na vzorku 1000 respondentů.

Nejčastěji se Čechům na dovolených stýská po tradičním bochníku chleba, který chybí více než polovině dotázaných (55 %). Stejně tak české rohlíky a housky jsou podle čtyř Čechů z deseti (39 %) tím, co na dovolené postrádají. Není velkým překvapením, že se na předních příčkách v tomto pomyslném žebříčku umístilo také české pivo, které chybí v průměru 37 % dotázaným. Prim zde podle očekávání hrají muži, na pivo je natěšena skoro polovina z nich (48 %),

Které české potraviny vám při delším pobytu mimo domov chybějí nejvíce?



Co obvykle děláte krátce poté, co se vrátíte z dovolené?



zdroj: PENNY Instant Research  
údaje jsou v %

proti pouhé čtvrtině žen (26 %). U žádné jiné položky není mezi oběma pohlavími tak výrazný rozdíl.

Necelé čtvrtině respondentů schází na dovolené zase české knedlíky (24 %). A také sladké pečivo je to, na co se Češi těší domů. Nejčastěji pak na koláče (20 %) nebo buchty (18 %). Co Češi dnes již naprosto oželí, jsou „české“ konzervy – na ty se těší jen 5 % z nás. Druhé místo mezi aktivitami, kterým se věnujeme bez-

prostředně po návratu ze zahraničí, mají muži a ženy rozdílné. Ženy dávají přednost návštěvám rodičů a nejbližších příbuzných (33,5 %), muži naopak preferují návštěvu pivnice nebo hospůdky s čepovaným pivem (25 % z nich).

Starší generace si pak velmi ráda po návratu domů pustí českou televizi (21 %), zatímco mladí lidé volí i nějakou sportovní aktivitu (12 %). Celkem pětina respondentů napříč všemi věkovými skupinami také uvedla (21 %),

že si jako první dopřejí procházku českou přírodou.

„Výsledky našeho průzkumu potvrdily to, že se Češi po dovolené těší na potraviny, které jsou spojeny s tradiční českou kuchyní. V PENNY nabízíme každý týden stovky produktů v akci, a to včetně pečiva, piva nebo zmrzlin, které po dovolené určitě přijdou vhod a zákazníkům pomohou cítit se zase jako doma,“ říká Tomáš Kubík, tiskový mluvčí společnosti PENNY. (tz)

## Průzkum Mastercard: už čtyři z deseti zákazníků využívají na internetu digitální peněženky

Nakupování na internetu je pro české zákazníky běžnou součástí každodenního života. Z e-shopů si zboží objednáva 93 % lidí, kteří v průměru uskuteční dva až tři nákupy měsíčně. Nejoblíbenější způsob platby je přitom karta, pomocí které nejčastěji nakupuje 65 % zákazníků. Na vzestupu jsou hlavně digitální peněženky a moderní platební metody jako Click to Pay, které umožňují rychlou a bezpečnou platbu online bez zdoluhavého opisování údajů z platební karty. Vyplývá to z nejnovějšího průzkumu Mastercard.

Lidé nakupují na internetu především kvůli pohodlí. Mohou snadno porovnávat ceny a najít tu nejnižší možnou. Dále si cení širšího výběru zboží a možnosti nakupovat kdykoli a odkudkoli, aniž by museli opustit svůj domov. Stejně pohodlí očekávají i od procesu platby. Vadí jim například, když musí hledat svou kartu v peněžence a pak ručně zadávat údaje do platební brány.

Prostřednictvím platební karty nejčastěji nakupuje 65 % zákazníků. V posledních letech

ale přibývá těch, kteří namísto přepisování čísla karty využívají nejrůznější digitální peněženky. V roce 2020 pomocí nich platilo 13 % zákazníků, dnes už je to 41 %. Od roku 2022 Mastercard v Česku nabízí inovativní platební metodu Click to Pay, která funguje na zařízeních všech výrobců a umožňuje nákup na pár kliknutí bez nutnosti zadávání hesel nebo ručního vkládání údajů z platební karty.

„Cílem společnosti Mastercard je poskytnout zákazníkům při placení na internetu stej-

ný komfort, jako při nákupech v kamenných obchodech, kde stačí přiložit bezkontaktní platební kartu k terminálu. Tokenizaci, tedy nahrazování karet zejména v online prostředí jejich zabezpečenými digitálními otisky, jsme zavedli už před deseti lety a jde o trend, který se postupně stává ve světě i u nás standardem. Pro zákazníky totiž při nakupování na internetu přináší přesně to, co vyžadují: bezpečnost, rychlost a pohodlí,“ řekla Jana Lvová, generální ředitelka společnosti Mastercard pro Českou republiku a Slovensko.

Proces tokenizace nahrazuje citlivá data platební karty jedinečným identifikátorem neboli tokenem. Tento proces zvyšuje bezpečnost plateb tím, že chrání skutečné údaje karty před zneužitím při online a bezkontaktních transakcích. Použití tokenu snižuje riziko podvodů a zlepšuje ochranu osobních údajů spotřebitelů.

Společnost Mastercard navíc nedávno zveřejnila svou vizi stoprocentní tokenizace online elektronického obchodu v Evropě do roku 2030. Tato vize je součástí globálního cíle zcela odstranit nutnost ručního zadávání údajů platební karty, což veškerý elektronický obchod učiní nejen bezpečnějším, ale také výrazně dostupnějším. V Česku se podíl plateb provedených tokenem za posledního dva a půl roku zdvojnásobil.

V posledních letech u nás také roste oblíbenost nakupování přímo z mobilních aplikací. Tento způsob využívají čtyři z deseti zákazníků. Naopak stále méně lidí si objednáva zboží na dobírku, a když tuto možnost zvolí, platí kartou, ne hotovostí. Mezi hlavní důvody, proč lidé volí právě dobírku, patří nedůvěra v konkrétního obchodníka a možnost neplatit za zboží předem, ale až v okamžiku, kdy doopravdy přijde. (tz)

## Drogerie ROSSMANN otevřela novou prodejnu v Lovosicích



Drogistická síť ROSSMANN, která v letošním roce slaví 30 let působení na českém trhu, v poslední červencový den otevřela svou první prodejnu v Lovosicích. Drogerii ROSSMANN s 438 m<sup>2</sup> prodejní plochy zákazníci nově naleznou v Retail parku Kaufland v Sířejovické ulici.

Součástí nové prodejny ROSSMANN je samoobslužná pokladna podporující bezhotovostní platby pro zefektivnění a zrychlení nákupu, samozřejmostí je také bezplatné Wi-Fi připojení. Zákazníci zde mohou vybírat z rozsáhlého sortimentu drogistického zboží, včetně velmi oblíbených privátních značek ROSSMANN, jako je například ISANA, Babydream, Ideenwelt (Svět nápadů), enerBiO a Alterra.

„Jsme velmi rádi, že se nám povedlo otevřít další pobočku drogerie ROSSMANN právě v Lovosicích, kde doposud neměla své zastou-

pení. Věříme, že místní obyvatelé, ale i lidi z okolí tato nová možnost nákupu a výběru z nejširšího sortimentu drogistického zboží potěší,“ komentovala Olga Stanley, manažerka komunikace společnosti ROSSMANN.

Drogerie ROSSMANN nabízí i online nákup prostřednictvím mobilní aplikace ROSSMANN CLUB. Svůj nákup si pak mohou zákazníci nechat dodat domů, zaslat na libovolnou pobočku Zásilkovny nebo osobně vyzvednout zboží na prodejně již do 60 minut od objednání. (tz)

# Biometan v Česku potáhnou zejména zemědělské bioplynové stanice

Na růst výroby biometanu budou mít hlavní vliv zejména současné zemědělské bioplynové stanice. V Česku je jich aktuálně téměř čtyři sta. Zemědělské odpady zároveň tvoří tři čtvrtiny všech dostupných surovin, ze kterých je možné biometan vyrobit. Výraznějším růstu segmentu však zatím brání omezení u vtláčení zeleného plynu do středotlakého plynovodu. Zásadní podle expertů bude také přístup současných bioplynových stanic, kterým v nejbližších letech bude končit provozní podpora. Pokud se rozhodnou přejít na biometan, mohou do roku 2030 vzniknout v Česku vyšší desítky biometanových stanic.

Podle posledních dat Evropské bioplynové asociace stoupla kapacita produkce biometanu v EU o 37 %, a to na 6,4 miliardy kubiků ročně. V zemích EU se na výrobě podílí více než 1500 zařízení, nejvíce z nich nově vzniklo ve Francii a Itálii. V Česku aktuálně fungují jednotky biometanových stanic, ty zatím poslední nově zprovozněné zahájily svůj provoz na jižní Moravě – v Rakvicích nedaleko Břeclavi a ve Vyskově. Zatímco druhá zmíněná používá pro výrobu biometanu všechny druhy biologicky rozložitelného odpadu, ta první vyrábí zelený plyn ze zemědělského odpadu. Právě z těchto provozů by přitom mohly biometanové stanice v budoucnu vznikat nejčastěji. „Největší potenciál pro výrobu biometanu čeká v přeměně stávajících bioplynových stanic zemědělských a bioplynových stanic na čistírnách odpadních vod. Současně kogenerační



jednotky si tyto bioplynové stanice ponechají k produkci elektřiny a tepla pro vlastní provoz, případně k poskytování flexibility operátorovi trhu s elektřinou, ale většinu své produkce bioplynu využijí k produkci biometanu,“ řekl Petr Novotný z Institutu cirkulární ekonomiky. Hlavním důvodem velkého potenciálu zemědělských bioplynových stanic je mimo jiné to, že jich v Česku nejvíce – jejich počet se blíží 400.

Velký potenciál zemědělských bioplynových stanic pro výrobu biometanu vychází také z toho, že celé tři čtvrtiny všech dostupných surovin, ze kterých je biometan možné vyrábět, tvoří právě zemědělské odpady. Na zbylou čtvrtinu pak připadají kaly z čistíren odpadních vod a také odpady z domácností. „Zemědělství je největším zdrojem emisí a odpadních materiálů, ze kterých se může bioplyn vyrábět. Jsou to především statková hnojiva či posklizňové zbytky. Když bychom tyto materiály nechali ležet volně v přírodě, budou významným zdrojem emisí skleníkových plynů. Takto je možné je zachytit v bioplynových stanicích a využít pro výrobu biometanu,“ řekl Martin Schwarz ze sdružení CZ BIOM.

Jednou z překážek přebudování bioplynových stanic na ty biometanové bývá často také jejich vzdálenost od plynárenské sítě. Ačkoliv je tuzemská síť velmi dobře rozvinutá, ne všechny z téměř 600 bioplynových stanic se vždy nacházejí v její blízkosti. V takových případech je pak nutná investice ještě do dobudování potrubí, což může celkové náklady výrazně navýšit.

„Varianta vtláčení do sítě je v současnosti neekonomičtější. Alternativou může být využití biometanu v blízkosti místa výroby, například v podobě plnicí stanice na CNG. Biometan se tak nevtlačí do plynárenské sítě, ale mohou ho například užít vozy s pohonem na zemní plyn,“ uvedla Monika Zitterbartová, výkonná ředitelka společnosti HUTIRA green gas s tím, že další variantou je také plnění biometanu do tlakových lahví a jeho následná doprava na místo vtláčení do plynárenské sítě.

Obecně však platí, že výhodou mají zejména ty bioplynové stanice, které se nacházejí v blízkosti plynárenské sítě. Podle dat společnosti GasNet je jich v Česku do vzdálenosti jednoho kilometru od plynovodu celkem 303. Po přebudování na biometanovou stanici pak může být zelený



plyn vtláčen do sítě, zatím však pouze do vysokotlakého plynovodu. Řada odborníků tuto skutečnost vnímá jako jednu z dalších překážek pro větší rozvoj biometanu v Česku. Důvodem omezení je fakt, že v biometanu chybí vyšší uhlíky, které zvyšují výhřevnost. Vyčištěný biometan by měl vždy obsahovat minimálně 95 % metanu.

„Aby bylo možné biometan vtláčet také do středotlaku, je zapotřebí do něj přidat malé množství propanu, aby dosáhl stejné výhřevnosti jako zemní plyn. Propanizace se používá například u projektu biometanové stanice Ústřední čistírny odpadních vod v pražské Bubenči. Řada aktérů na trhu nicméně nutnost přidávání propanu do biometanu u středotlaku vnímá jako limitující. Důvodem jsou jak zvýšené investiční náklady, tak především ty provozní,“ doplnila Monika Zitterbartová.

Hlavním limitem většího rozvoje biometanu je však podle expertů dosud nedostatečná provozní podpora. Ačkoliv Evropská komise schválila koncem loňského roku státní podporu biometanu ve výši zhruba 60 miliard korun, zapojit se do tohoto programu ve formě takzvaného zeleného bonusu bude možné jen do konce příštího roku. „Existuje poměrně značné riziko, že se se biometanové projekty v tak krátkém časovém horizontu nestihnou připravit a peníze

z programu se nevyčerpají,“ uvedl jednatel společnosti MJEnergie Pavel Urubek.

Řada aktuálně fungujících bioplynových stanic však bude muset v nejbližších letech řešit jinou starost, neboť jim bude končit provozní podpora kombinované výroby elektřiny a tepla. Do konce roku 2027 se to bude podle dat EGÚ Brno týkat 171 stanic. Pokud budou chtít získat další provozní dotaci, budou muset výrazně modernizovat svůj provoz, což s sebou ponese výrazné finanční náklady. Druhou variantou je pak přechod na výrobu biometanu a možnost čerpání zeleného bonusu.

„Před staršími bioplynovými stanicemi se z hlediska výroby biometanu otevírá obrovská příležitost. Bude však extrémně důležité, jak stát uchopí podporu těchto projektů i po roce 2025. Pokud se vše podaří, může segment biometanu v následujících čtyřech letech velmi rychle akcelarovat a dále postupně růst. Dosavadní provozní podpora totiž bude postupně končit i dalším bioplynkám. Výsledkem tak mohou být do roku 2030 vyšší desítky fungujících biometanových stanic. Potenciál je obrovský,“ uzavřela Monika Zitterbartová s tím, že například ve Francii aktuálně funguje již 675 biometanových stanic, přičemž jen za posledních rok jich přibýlo okolo 200. (tz)

## PENNY v Počátkách otevřelo největší veřejné solární parkoviště v České republice

**PENNY pro své zákazníky u prodejny v Počátkách na Vysočině otevřelo největší veřejné solární parkoviště v České republice. Parkoviště zákazníkům nabízí celkem 70 zastřešených parkovacích míst přímo před prodejnou. Solární elektrárna, která parkoviště zastřešuje, zajistí energetickou soběstačnost prodejny.**

Fotovoltaická elektrárna, která tvoří střechu parkoviště, má rozměr 1452 m<sup>2</sup>, což odpovídá ploše necelých šesti tenisových kurtů. Celková kapacita výroby elektřiny je 305 kWp, spolu s nedávno postavenou další fotovoltaikou přímo na střeše prodejny jde dohromady o 375 kWp instalovaného výkonu. Roční očekávaná výroba elektřiny je tak v podmínkách ČR cca 350–370 MWh elektřiny. To zajistí dodávku potřebnou pro provoz celé prodejny. „Přebytky elektřiny vyrobené přes den se budou skladovat v nově vybudovaném velkokapacitním bateriovém úložišti, odkud ji bude prodejna využívat v nočních hodinách,“ řekl vedoucí stavebního oddělení PENNY Václav Šíma. Úložiště má kapacitu 328 kWh elektrické energie.

V letních měsících a ve dnech s výrazným slunečním svitem bude elektrárna vyrábět větší množství elektřiny, než kolik prodejna v Počát-

kách spotřebuje. „Celkový roční přebytek odhadujeme na více než 100 MWh elektrické energie. Tuto elektřinu budeme po přidělení licence Energetickým regulačním úřadem využívat pro další prodejny PENNY,“ uvedl Václav Šíma.

Zastřešené parkoviště s fotovoltaickou elektrárnou vzniklo na ploše někdejší parkovací plochy před prodejnou PENNY v Počátkách během čtyř měsíců. Jde nejen o první solární

parkoviště před některým z tuzemských obchodů, ale zároveň také o největší projekt veřejného carportu v tuzemsku vůbec. Dosavadní velké projekty totiž slouží pro soukromé firemní parkování. „Zákazníkům naše parkoviště nabídne praktickou výhodu – zejména v letních měsících budou mít auto chráněné před přímým slunečním svitem,“ upřesnil Václav Šíma. Dodavatelem technologie, tedy solár-

ních panelů i velkokapacitního úložiště je společnost Deucalion.

Solární parkoviště v Počátkách je dalším výrazným počinem PENNY v oblasti udržitelných investic, kde je řetězec inovativním lídrem na tuzemském trhu. Například v únoru PENNY otevřelo svou v pořadí druhou celodřevěnou prodejnu ve Ždírci na Jihlavsku. I ta využívá fotovoltaiku umístěnou na střeše prodejny, a k tomu i speciální tepelné čerpadlo. Díky tomu je prodejna energeticky naprosto soběstačná. „Naše inovativní úsilí výrazně směřujeme k oblasti energetické nezávislosti. Máme za sebou několik úspěšných projektů, jejichž přínosy neustále vyhodnocujeme a hledáme stále nové cesty k dalším úsporám,“ konstatoval Václav Šíma.

Carporty, tedy zastřešená solární parkoviště, jsou v Česku novinkou. Jejich velkou výhodou je, že se na stavbu využívají plochy u stávajících nebo nově vzniklých obchodů a dalších objektů, a nemusí se tak zabírat cenná zemědělská půda. „Oslovilo nás, že jde o to nepřírodnější místo pro vznik takového projektu, které přináší užitek všem stranám – zákazníkům, potřebám výroby elektřiny, a samozřejmě je prospěšné i pro nás,“ doplnil Václav Šíma. Po vyhodnocení projektu v Počátkách se PENNY rozhodne o případných dalších investicích v této oblasti. (tz)





# Podnikavost: Češi zaostávají v klíčových dovednostech

Všímání si problémů kolem sebe a vnímání je jako příležitosti, najít prostředky k jejich řešení, a nakonec řešení realizovat. Tyto dovednosti, které souhrnně označujeme jako podnikavost, budou nezbytné pro uplatnění nejen na budoucím trhu práce. O rozvoj podnikavosti v českém vzdělávacím systému se již druhým rokem zasazuje Asociace podnikavé Česko. Ta v aktuálním nezávislém průzkumu, který pro ni zajistila agentura NMS Market Research, zjišťovala například to, jaké podnikavé kompetence Češi považují za nejdůležitější a do jaké míry je podle nich rozvíjí české školství.

Podnikavost označila jako jednu z osmi klíčových kompetencí pro 21. století také Evropská komise. Ta ji v evropském rámci nazýváme EntreComp popisuje jako cestu z bodu, kdy si člověk všimá problémů kolem sebe a vnímá je jako příležitosti, přes fázi, kdy umí najít materiální, časové nebo finanční zdroje pro jejich řešení, a to nakonec přinést do akce. Podnikavost rozděluje na 15 jednotlivých kompetencí, mezi které patří například kritické myšlení, schopnost pracovat v týmu, nalézat příležitosti a řídit změ-

ny v neustále se měnícím světě. Právě na ty se v aktuálním průzkumu zaměřila Asociace podnikavé Česko.

**Týmovou spolupráci považuje za velmi důležitou jen jeden ze sedmi respondentů**

První část výzkumu se dotazovala na to, do jaké míry Češi považují jednotlivé podnikavé kompetence za důležité pro život. Výsledky ukázaly, že za nejdůležitější Češi považují finanční gramotnost (95 %), znalost silných a slabých stránek (95 %) a umění poučit se ze zkušenosti (94 %). Za nejméně důležité pak označili kreativitu a iniciativu (79 %) a týmovou spolupráci (68 %). „To, že pouze jeden ze čtyř dotazovaných považuje za velmi důležité být iniciativní, kreativní a inovativní, a dokonce jen jeden ze sedmi označil za velmi důležité umět do svého úsilí zapojit ostatní, vzbuzuje na první pohled obavu, ve které si v budoucnu každý hraje spíše na vlastním písečku. Na druhou stranu je pozitivní, že současní studenti vnímají tyto dovednosti jako mnohem důležitější než celková populace,“ komentovala výsledky průzkumu ředitelka Asociace podnikavé Česko Anna Kačabová.



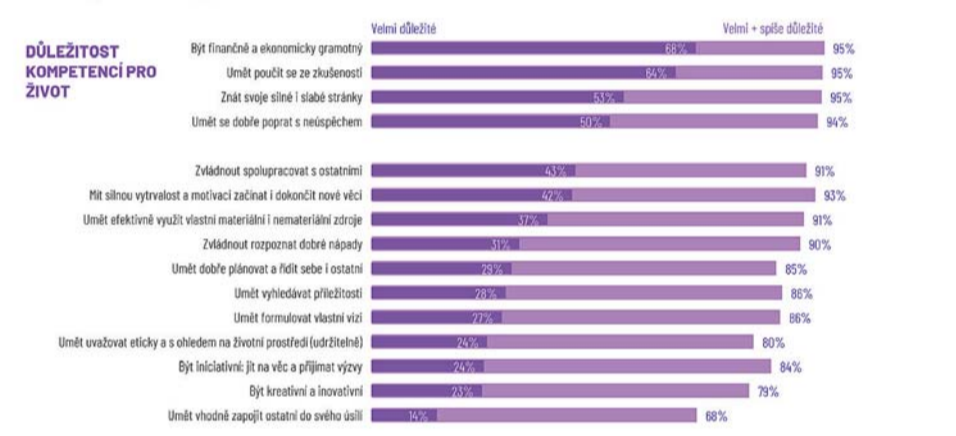
**Vzdělávací systém se podle dotazovaných na podnikavé kompetence příliš nezaměřuje**

Další část výzkumu byla zaměřena na to, do jaké míry jednotlivé kompetence rozvíjí české školství. Zde dotazovaní příliš optimističtí nebyli – nadpoloviční většina označila jako dobře rozvíjenou jedinou kompetenci z patnácti, a to zvládání spolupráce s ostatními. Za nejhůře rozvíjené Češi považují schopnost vyhledat příležitosti, řídit sebe a ostatní nebo vyrovnat se s neúspěchem. Nepříliš dobře rozvíjí české školství podle dotazovaných také finanční a ekonomickou gramotnost, které označili vůbec za nejdůležitější dovednost pro život.

„Jsme přesvědčeni o tom, že když se podaří vzdělávání k podnikavosti rozvinout ve většině českých škol, budou z nich odcházet absolventi s přirozeným zájmem o celoživotní vzdělávání, kteří aktivně ovlivňují pozitivní socio-ekonomický vývoj ve svém regionu, a tedy i celém Česku. Aby se výchova k podnikavosti dostala do výuky a života co největšího počtu škol, připravili jsme podpůrný a motivační nástroj – certifikaci Podnikavá škola, která aktivně na rozvoj podnikavosti a kompetenční pojetí nových Rámcových vzdělávacích programů pomůže školám jednoduše a systematicky aplikovat do každodenní praxe,“ popsala ředitelka asociace Anna Kačabová. (tz)

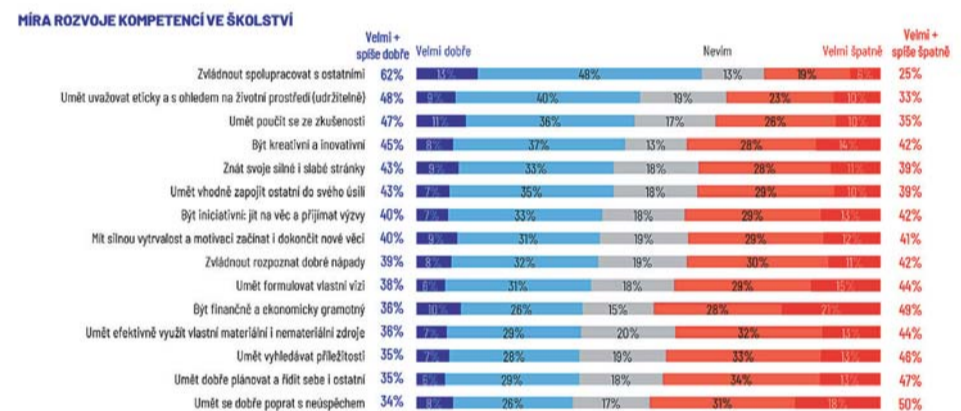
## Nejdůležitější pro život je finanční gramotnost

Téměř stejně klíčovou kompetencí je umění se poučit ze zkušenosti. Kompetence týkající se kreativity, podnikavosti a sdílení práce s ostatními jsou hodnoceny jako méně důležité v porovnání s ostatními.



## Školství podporuje spolupráci, neučí ale vypořádat se s neúspěchem

Nepříliš dobře také české školství rozvíjí finanční gramotnost, kterou většina považuje za nejdůležitější kompetenci pro život. Na chvilku se také umístilo umění plánovat a řídit sebe i ostatní.



## Lidé z praxe pomáhají studentům otevřít businessové oči

Praktickou výuku ekonomie a informatiky na středních školách pozvedají učitelé z komerční sféry. Jejich profesní zkušenosti studenty zajímají, žáky motivují k vlastním projektům a do předmetů se nebojí zapojit reálné výzvy firem.

Vystudovaná ekonomka Pavla Cidlinská pracovala 14 let ve velké poradenské firmě. Nyní učí ekonomické předměty na gymnáziu EDUCA-net Praha a ze své praxe čerpá neustále, už přes devět let. „Nedovedu si představit, že bych učila studenty jen na základě teoretických znalostí. Studenti na střední škole chtějí vědět, proč se co učí, k čemu jim je to v praktickém životě dobré. Což jako člověk s předchozími zkušenostmi mohu dokládat na prožitých příkladech. Naopak mám někdy pocit, že bych v očích studentů měla mít ještě víc praxe – například být zároveň daňová poradkyně, mít za sebou alespoň pár měsíců práce na živnostenském úřadu a podobně, to jsou oblasti, které studenti zajímají a z učebnic se nedají příliš naučit. Na ZŠ by tomu bylo asi jinak, ale na střední škole je vidět, že si studenti odbornosti jednotlivých učitelů velmi cení,“ potvrdila Pavla Cidlinská.

Ve škole učí dva základní předměty – ekonomiku, která je zároveň maturitním předmětem, a manažerské dovednosti, ve kterých se teorie mění v praxi. „V předmětu manažerské dovednosti se snažíme, aby studenti spolupracovali na vlastních projektech a aplikovali své znalosti v reálných situacích. Je to ideální hodina týdně pro praktické úkoly, které vycházejí

z programů vzdělávací organizace Junior Achievement a které zdokonalují studenty v tzv. podnikavosti. V 1. ročníku studenti začínají s programem Poznej svoje peníze, ve 2. ročníku se studenti mohou hlásit do soutěže Solve for Tomorrow a ve 3. ročníku zakládají své studentské firmy,“ popsala Pavla Cidlinská.

Globální program Samsung Solve for Tomorrow, vyzývající náctileté po celém světě k realizaci vlastních technologických nápadů, zahrnuje učitelé IT školy do výuky před třemi lety, hned při jeho uvedení v Česku. V uplynulém školním roce dovedla tři své studentské týmy ze čtyř až do finále soutěže. „Účast v programu pro mladé inovátory je jedna z možností, jak mohou druháci splnit předmět manažerské dovednosti. Osmiměsíční rozvojový program obsahuje vše, co bych tak jako tak musela studentům zadat, a poté hodnotit – čili stanovení nějakého cíle, definici cílové skupiny, provádění průzkumů, studenti musí plnit zadané termíny a svoji práci prezentovat – buď osobně, nebo v začátcích soutěže formou videa. Od profesionálů se v programu Solve for Tomorrow naučí metodologii Design thinking, která je zaměřena na rozpoznání potřeb zákazníka, což se jim výborně hodí i ve 3. ročníku v programu JA Studentská firma,“ přiblížila Pavla Cidlinská.

Podle ní praktické projekty ve spolupráci s firmami zpestřují studentům výuku a rozvíjejí jejich soft skills (měkké dovednosti jako kreativita, komunikace či kritické myšlení). A to ve větší míře než klasické předměty, které se zaměřují na znalosti důležité u maturitní zkoušky. „Je skvělé, že během práce na projektech v progra-

mu Solve for Tomorrow studenti získávají hodnocení od poroty – lidí z praxe, nejenom ode mě. Znamená to pro ně další cennou zkušenost. Dost často si totiž nevěří, nemají odhad, co je a co není dobré, a myslí si, že moje povzbuzování do další práce je taková „milosrdná lež“. Když vidí, že jejich nápady ocení i nezávislí porotci, motivuje je to na projektu pokračovat. A funguje to i u výčtu nedostatků, které spíše studenti vnímají od lidí mimo školu než ode mě,“ všimla si učitelka.

V Česku neexistuje žádná pedagogická fakulta na přípravu učitelů pro odborné předměty středních škol. Kvalifikovaných pedagogů z ekonomických nebo ICT oborů je trvalý nedostatek. Řešením je podle ředitelky vzdělávací organizace Junior Achievement Martina Smrže co největší propojení škol a firem. „Praktické programy a účast profesionálů z firem ve vzdělávání studentů umožňují školám stíhat rychlé tempo světa businessu, nezůstat pozadu a připravit středoškolačky na zákonitosti trhu práce. Detailní metodiky programů jsou roky oblíbené a prověřené v zahraničí a vzrůstající zájem sledujeme i v Česku. Blíží k moderní praktické výuce mají obecně pedagogové s firemní minulostí nebo ti, kteří se vedle učení stále uplatňují v oboru jako podnikatelé. Učitelé, kteří soukromým sektorem nikdy neprošli, mívají ze spolupráce s lidmi z praxe občas obavy. K programům ale vždy probíhají školení a učitelé mají absolutní podporu realizátorů, takže jde jen o chuť začít dělat věci jinak. Máme mnoho učitelů, kteří jsou i bez vlastních zkušeností z businessu pro své studenty motivujícími vůdci, a dí-

ky programům vnímají současné trendy firemního trhu,“ podotkl Martin Smrže.

Pro ekonomku Pavlu Cidlinskou je letitá praxe ve výuce výhodou, uvědomuje si ale i své nedostatky. „Pokud nemáte pedagogické vzdělání, musíte si některé pedagogické postupy zkoušet za chodu, někdy metodou pokus/omyl, než přijdete na to, jak se studenti pracovat, hodnotit je a dosahovat požadovaných výstupů. Stačí ale jen chtít a dále se vzdělávat na kolejniích,“ míní učitelka pražského gymnázia. „Je zajímavé, že v praktických programech se často prosazují studenti, kteří při tradiční výuce nijak nezáří. Během týmového projektu ale předvedou dovednosti, v nichž opravdu vynikají, například tvorbu videí, grafiku nebo empatii a řešení konfliktů uvnitř týmu či v komunikaci se zákazníky,“ poukázala Pavla Cidlinská.

To potvrzuje po letech zkušeností se studentskými programy také manažerka CSR programů společnosti Samsung Zuzana Mravík Zelenická. „Zejména studentům, kteří si potřebují věci tzv. osahat, roste v praktických programech sebevědomí, poznají, v čem jsou jejich silné stránky, které by při běžné výuce tak rychle neobjevili. Zároveň jsou často nuceni překračovat svoji komfortní zónu. U IT studentů může jít o nutnost prezentace před porotou či oslovení zákazníka. Navíc každý personalista umí ocenit, pokud na přijímacím pohovoru dokáže mladý uchazeč hovořit o tom, co konkrétního již udělal, jaké má zkušenosti, a vidí jeho úspěch ve studentské soutěži v životopisu. Má zkrátka něco navíc, co ostatní uchazeči v jeho věku nemají,“ dodala Zuzana Mravík Zelenická. (tz)