

TRADE NEWS

5-6 / 2025 *Magazín o obchodu a exportu*
XIV. ročník *Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR*

Speciál ke Dni podnikatelů ČR



CESTA K ÚSPĚCHU
ČESKÝCH FIREM:
ODVAHA, KREATIVITA,
VYTRVALOST

UŽ 30 LET SE STARÁME O VAŠE POJIŠTĚNÍ



Vážené čtenářky, vážení čtenáři,

a je to tady: dne 13. listopadu 2025 vychází speciální vydání magazínu TRADE NEWS, které je historicky poprvé věnované českému teritoriu. A právě v tento den jsme svědky něčeho skutečně inspiroujícího. Na galavečeru Dne podnikatelů ČR jsme oznámili vítěze čtyř prestižních podnikatelských soutěží – soutěže Transformace 2025, Rodinná firma roku AMSP ČR, Nastartujte se pro začínající podnikatele a eŽena pro podnikatelky v e-commerce.

V několika porotách jsem měla tu čest osobně zasedat a mohu říct, že výběr vítězů nebyl jednoduchý – konkurence byla obrovská a rozhodování velmi náročné a těsné. Hodnocení každého projektu si sice vyžádalo od členů poroty mnoho hodin soustředění a pozornosti, ale obrovskou odměnou bylo představení soutěžících osobně. Vidět jejich nadšení, slyšet jejich nápady a pozorovat odvahu, s níž hovoří o svých projektech, je okamžikem, který dává zapomenout na únavu a přináší neocenitelnou inspiraci. Porota často jen v údivu hledí na to, s jakou energií a kreativitou dokáží podnikatelé měnit své sny v realitu.

Chci dnes ocenit nejen vítěze, ale všechny, kteří se soutěží zúčastnili. Vaše odhodlání, vytrvalost a schopnost překonávat překážky posouvají české podnikatelské prostředí dopředu a inspirují ostatní, aby se nevzdávali svých vizí, i když cesta není vždy snadná. Podnikání je mnohdy plné nejistot, ale právě vaše síla a vytrvalost ukazují, že každý krok vpřed má smysl.

Toto vydání TRADE NEWS je věnováno českým podnikatelům, kteří měli odvahu začít, vytrvali a dosáhli úspěchu, protože neustále hledají nové možnosti, jak patřit k nejlepším. Ale i těm, kteří jim na této cestě k úspěchu pomáhají.

Vážení čtenáři, věřím, že vás rozhovory a články na následujících stránkách budou inspirovat a dodají tolik potřebnou energii. Společně můžeme oslavovat nejen úspěchy, ale i lidskou sílu, která stojí za každým podnikatelským příběhem.

Díky, že jste s námi!

EVA SVOBODOVÁ,
GENERÁLNÍ ŘEDITELKA ASOCIACE MALÝCH
A STŘEDNÍCH PODNIKŮ A ŽIVNOSTNÍKŮ ČR



Foto: archiv AMSP ČR



Magazín Asociace malých a středních podniků
a živnostníků ČR

www.amsp.cz

Vydavatel: ANTECOM

ANTECOM, s.r.o., Blatenská 2166/7, Praha 4 IČ: 2836 2926



Redakční rada

Za AMSP ČR: Eva Svobodová, MBA, členka představenstva a generální ředitelka AMSP ČR, ThDr. Ing. Josef Jaroš, MBA, předseda představenstva AMSP ČR, vlastník PKF APOGEO Group, Ing. Karel Dobeš, člen představenstva AMSP ČR, vládní zmocněnec pro spolupráci s Evropskou GNSS agenturou GSA

Za MZV ČR: Ing. Tomáš Kuchta, ředitel Odboru ekonomicko-vědecké diplomacie, MZV ČR, Helena Schulzová, zástupkyně ředitele Odboru ekonomicko-vědecké diplomacie, MZV ČR

Šéfredaktorka: PhDr. Jana Jenšíková, jednatelka společnosti ANTECOM, která vydává časopisy TRADE NEWS a AGE management
jensikova@antecom.cz www.antecom.cz
TRADE NEWS – vítěz soutěže Zlatý středník v kategorii Nejlepší B2B časopis a noviny v ČR

Vydáno v Praze dne 13. 11. 2025

MK ČR E 20842 / ISSN 1805-5397

Více informací o médiu: www.tradenews.cz

Magazín TRADE NEWS je mimo jiné také online

na portále vydavatele www.itradenews.cz



22



30



34



40



46



50



54

08 News
Gratulujeme vítězům!

12 Domovem za byznysem / Infografiky
Česká republika: perspektivy, ekonomika, srovnání

18 Sonda / Podnikání v českých regionech
Křížem krážem českými regiony

22 Anketa / O podnikání
Statistika věda je. Ale co si myslí sami podnikatelé?

26 Profiliga / Virtual Lab
Leoš Kubiček: Software je specifická komodita. Musíte běžet rychleji než ostatní a ani na chvíli se nezastavit

28 Profiliga / VARISTAR
Jan Semrád: Vesmírné technologie v českém zemědělství nejsou sci-fi

30 Rozhovor / Finance
Katarína Kurucová: Komerční banka musí být opět etalonem korporátního bankovníctví. Bankou českého byznysu

34 Profiliga / MORIS design
Adam Klofáč: Trendy nesledujeme, ale vytváříme

38 Profiliga / Pražská čokoláda
Podnikání pro radost a z lásky

40 Rozhovor / Pojištění
Pavel Wiesner: Dobrý přítel se pozná v krizi. Už třicet let jistíme svým klientům záda

44 Profiliga / PROXIM
Jan Kroupa: Společenskou odpovědnost máme v genech

46 Rozhovor / Zdravotnictví
Jak se naplnila vize moderní české oční kliniky. OCP slaví 25. narozeniny otevřením nového centra primární péče

50 Profiliga / DARRÉ
Aleš Kuchař: Marketing otevře dveře, ale jen kvalita přinese zákaznickou loajalitu

54 Rozhovor / Transformace firem
Dagmar Poláchová: Punk může být osvěžující, ale ne u vás ve firmě. Uděláme vám z něj procesně řízenou organizaci

56 Profiliga / HALEN
Čestmír Petroš: Podnikání přeje připraveným a odvážným

58 Rozhovor / Jak na veřejné zakázky
Iva Štefllová: S námi se české firmy mohou dostat i k zahraničním veřejným zakázkám

61 Představujeme
Medicínské centrum MY CLINIC: Prvotřídní kvalita, komplexnost služeb a empatický přístup

62 Rozhovor / Lidské zdroje
Lucie Spáčilová: Učíme manažery rozumět lidem. Kde to nebudou umět, nepřežijí

DOSTUPNĚJŠÍ ÚVĚROVÁNÍ OBRANNÉHO SEKTORU



S POJIŠTĚNÍM
OD EGAP

Zcela nový **Program podpory obranného průmyslu** pomáhá firmám v odvětví defense snadněji získat bankovní úvěr.

NA CO ÚVĚR SLOUŽÍ?

- Pořízení nových výrobních kapacit,
- rekonstrukci nebo technologickou inovaci či automatizaci stávajících kapacit,
- zvýšení energetické soběstačnosti a efektivity,
- zvýšení sociální a ekologické udržitelnosti výroby,
- získávání a ochranu intelektuálního vlastnictví,
- financování pracovního kapitálu souvisejícího s investicí.

KOMU JE ÚVĚR URČEN?

- Příjemcem úvěru je **český vývozně orientovaný podnik, působící v sektoru obranného průmyslu a národní bezpečnosti**.
- Podíl vývozu na tržbách takového podniku za poslední roční účetní období představuje **alespoň 25 %** (v rámci ekonomicky spjaté skupiny se uznává i vývoz přes člena skupiny).

HLAVNÍ PARAMETRY POJIŠTĚNÍ

- Žadatelem o pojištění je **banka poskytující úvěr**.
- Pojistné krytí **80 %** (tj. spoluúčast banky **20 %**).
- Dlužníkem je vývozně orientovaný podnik bez rozdílu velikosti.
- Pojištěno je splácení úvěru dlužníkem, pojistná hodnota zahrnuje **jistinu i úroky**.
- Pojištění lze využít na domácí **investiční úvěry** a na související **provozní úvěry**.
- Jednorázové pojistné je určeno dle ratingu dlužníka a délky splatnosti úvěru.

Kompletní znění aktuálních podmínek programu a podmínek pojištění naleznete na našich webových stránkách.

SPOJTE SE S NÁMI:

Ing. Michal Janků
ředitel Odboru pojištění
vývozních úvěrů a investic
+420 727 943 419
jankumi@egap.cz

Ing. Michal Pravda
zástupce ředitele
+420 607 610 477
pravda@egap.cz



www.egap.cz

DEN PODNIKATELŮ ČESKÉ REPUBLIKY

HOTEL AMBASSADOR ZLATÁ HUSA
PRAHA

13/11/2025

od 17:00 Slavnostní galavečer

Hlavní pozornost bude věnována firmám, které budou v průběhu večera oceněny v několika soutěžích. I letos očekáváme mnoho významných hostů z řad podnikatelů, zástupců vládní a politické sféry i společenského života. Děkujeme všem firmám a podnikatelům, kteří při nás více než 20 let stojí, i těm, co nám dali svoji důvěru teprve nedávno.

Vyhlášení vítězů soutěží:

Hlavní cena projektu Rok transformace podnikání 2025

Rodinná firma roku AMSP ČR

Nastartujte se
eŽena

Galavečer moderuje Adéla Gondíková

14:00–15:30 Debata makroekonomů na téma:

Nové priority pro českou ekonomiku:

Jak budou povolební změny a evropské trendy formovat prostředí pro malé a střední podniky?

Debatu moderuje Bohumil Klepetko

SKODA

KB



PKF / APOGEO

allegro

EGAP

ČESKÁ EXPORTNÍ BANKA
CZCA EXPORT BANK

ÚŘAD
PRŮMYSLÉHO
VLASTNICTVÍ

GLS

Business
INFO.cz
VŠE ZOBECNĚNĚNÍ PRÁVA, NÁROKŮ A RIZ

ČCPP
VIENNA INSURANCE GROUP

TRADE

FINMAG

faei
.cz / Finanční
a ekonomické
informace

cognito

ROK TRANSFORMACE PODNIKÁNÍ 2025: MINISTERSTVO BRZDÍ FINANCE, MALÉ FIRMY BRZDÍ TRANSFORMACI

Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR (AMSP ČR) analyzovala v rámci svého hlavního ročního projektu transformaci českých malých a středních podniků. Většina firem si uvědomuje nutnost digitalizace, automatizace a inovací, aby si udržely konkurenceschopnost. Přes pozitivní přístup je však jejich rozvoj brzděn především nedostatkem financí, složitou administrativou a obavami zaměstnanců ze změn.

Více než polovina firem plánuje investovat do digitalizace či automatizace. Největší překážkou investic zůstává **nedostatek finančních prostředků**, který omezuje zavádění nových technologií i rozvoj kvalifikace pracovníků. Podniky se nejčastěji zaměřují na automatizaci procesů, robotizaci a ve velké míře také na využití umělé inteligence.

České MSP jsou klíčovým motorem ekonomiky. Jejich ochota inovovat je velkým pozitivem, avšak bez efektivnější státní a finanční podpory se jejich rozvoj zpomaluje. Firmy často investují až ve chvíli, kdy si na modernizaci **samy našetří**, což vede k pomalejšímu tempu inovací a nižší konkurenceschopnosti.

Podniky tvrdí, že rychlejší transformaci by pomohlo dokončení digitalizace

státní správy maximálně do dvou let a snížení ceny práce. **Kritiku směřují k Ministerstvu průmyslu a obchodu, které od loňského května blokuje spuštění záruk k úvěrům.** Malé a střední podniky tak uvízly v pasti financí a byrokracie. Požadavky ministerstva jsou podle AMSP ČR nadměrné a dají se směle označit za **gold-plating**.

Banky vnímají postupný důraz na udržitelné podnikání. Téměř tři čtvrtiny firem potvrzují význam odpovědného byznysu, třetina už snížila spotřebu energie či emisí. Řídí se především **selským rozumem a snahou snížit provozní náklady**. Tyto aktivity jsou podporovány finančními nástroji a poradenskými programy, které firmám umožňují rychlejší adaptaci na technologické a tržní změny.

Bez efektivnější podpory státu a odstranění administrativních překážek se proces digitalizace výrazně zpomalí a **hrozí další snížení konkurenceschopnosti českých podniků** v evropském i globálním měřítku. Přitom digitalizace a technologické inovace jsou pro malé a střední podniky klíčem k udržitelnému růstu.

Iniciativy AMSP ČR mají za cíl podpořit ekonomickou transformaci smysluplnými a efektivními kroky a přispět k ekonomice s vysokou přidanou hodnotou, která bude schopna úspěšně soutěžit s nejvyspělejšími státy světa. ■

EVA SVOBODOVÁ,
GENERÁLNÍ ŘEDITELKA
AMSP ČR



Konference AMSP ČR Transformace podnikání MSP 2025+

3/12/2025 — Praha
hotel Don Giovanni



GRATULUJEME VÍTĚZŮM!

RODINNÁ FIRMA ROKU AMSP ČR KATEGORIE MALÁ FIRMA

1. místo

Varistar s.r.o.

Rodinná technologická firma pomáhá farmářům všech velikostí efektivně hospodařit díky moderním technologiím včetně využití AI. Její variabilní aplikace rozděluje pole do menších produkčních zón a přizpůsobuje dávky hnojiv, osiv a pesticidů každému místu na poli. Zemědělské podniky díky tomuto přístupu zvyšují výnosy a efektivitu a zároveň omezují plýtvání a snižují negativní dopady na životní prostředí. Cílem je trvale udržitelné zemědělství jak z pohledu samotných pěstitelů, tak z pohledu společnosti a životního prostředí.

www.varistar.cz



2. místo

Steiner & Kovarik Pražská čokoláda s.r.o.

Česká rodinná firma, která vyrábí čokolády a prodává je prostřednictvím vlastních obchodů a partnerů do světa. Hlavním posláním je nabízet lidem nejenom čokoládu, ale funkční produkt, kterým kakao je a s ním další superpotraviny, které můžou zlepšit nejen naši náladu, ale také náš život. Před rokem firma koupila v bolívijské Amazonii kus pozemku a začíná zde pěstovat vlastní kakaovníky, aby mohla nabídnout to nejlepší přímo od zdroje. Mezi její klienty patří luxusní hotely jako Four Seasons nebo Fairmont či ománský sultán nebo obchodní domy v Japonsku Takashimaya Department Stores.

www.prazskacokolada.cz



3. místo

PROXIM s.r.o.

Rodinná společnost s více než třicetiletou tradicí, založená v roce 1993. Navazuje na odkaz svého zakladatele RNDr. Jana Kroupy, CSc., dnes ji vede jeho syn Jan. Specializuje se na výrobu bazénové chemie a patří mezi přední hráče na českém trhu. Díky kvalitě a inovacím své produkty vyvážá do dvanácti zemí Evropy. Proxim je příkladem úspěšného spojení rodinných hodnot s moderním podnikáním.

www.proxim.cz



RODINNÁ FIRMA ROKU AMSP ČR

KATEGORIE STŘEDNÍ FIRMA



1. místo

ARBYD CZ s.r.o.

Česká rodinná společnost s tradicí od roku 1992. Specializuje se na zakázkovou výrobu nábytku, design a kompletní realizaci interiérů na klíč. Polovina její produkce směřuje na zahraniční trhy, čímž potvrzuje svou mezinárodní konkurenceschopnost. Společnost investuje do nejmodernějších výrobních a softwarových technologií a zároveň patří mezi lídry v oblasti obnovitelných zdrojů a ekologické výroby. Její výrobky spojují českou kvalitu, moderní design, vysokou funkčnost a dlouhou životnost.

www.arbyd.cz



2. místo

MORIS design s.r.o.

Česká rodinná společnost založená v roce 1997. Pod jednou střechou spojuje architekturu, vlastní výrobu a realizaci komerčních interiérů, POS a značení – od návrhu až po instalaci. Je největší českou firmou v oboru s výhradně českým kapitálem (auditované tržby 828 mil. korun). Pod značkou MORIS construction dodává fit-outy a stavební zakázky na klíč; firmu vede rodina Klofáčových (Adam – CEO, Radomír – zakladatel, Filip – výroba). Do rodinného podnikání se brzy zapojí i sestra Lucie, která studuje interiérový design na střední škole.

[www.morisdesign.cz](http://www.morisddesign.cz)



3. místo

HIT OFFICE, s.r.o.

Tuto českou firmu dnes tvoří už třetí generace rodiny Šťastných. Je významným výrobcem kancelářských a archivačních potřeb a zároveň patří mezi největší evropské producenty ekologických papírových obalů na potraviny. Její filozofií je kvalita, odpovědnost a udržitelnost – vyrábí bez plastů, z recyklovatelných a kompostovatelných materiálů. Hodnoty rodiny a férový přístup k zákazníkům i zaměstnancům jsou klíčem k jejímu dlouhodobému úspěchu.

www.hitoffice.cz

O OCEŇENÝCH RODINNÝCH FIRMÁCH SE DOZVÍTE VÍCE NA NÁSLEDUJÍCÍCH STRÁNKÁCH.

GRATULUJEME VÍTĚZŮM!

CENA HLAVNÍHO PROJEKTU AMSP ČR TRANSFORMACE 2025

1. místo

nanoSPACE s.r.o.

Česká firma nanoSPACE je prvním světovým výrobcem protiroztočových lůžkovin s nanovláknennou membránou. Na trhu působí od roku 2012. Snahou společnosti je co největší propojení pokročilých technologií s udržitelným přístupem a přírodou. To se stalo impulzem pro rozšíření sortimentu i do oblasti módy a bezvodé kosmetiky.

www.nanospace.cz



2. místo

Virtual Lab, s.r.o.

Virtual Lab je lídrem v oblasti vývoje tréninkových aplikací a řešení ve virtuální a rozšířené realitě. Ve spolupráci s praxí i akademickou sférou se zaměřuje nejen na samotný vývoj, ale i na jejich hladkou implementaci do reálného prostředí. Díky individuálnímu přístupu a řešením šitým na míru si společnost vybudovala silné renomé na trhu. Specializuje se zejména na oblasti med-tech a ed-tech, kde vyvíjí vlastní značky používané již ve více než dvaceti zemích světa.

www.virtual-lab.cz



3. místo

Virtubea, s.r.o.

Virtubea vznikla v Ostravě s vizí přinést revoluci do vzdělávání pomocí virtuální reality. První krok – vlastní vývoj – se jí nepovedl a stál milion korun, ale naučil ji nejdůležitější lekci: nezůstat stát, když cesta nefunguje. Dnes je integrátorem ověřených VR řešení, díky nimž mohou lidé bezpečně trénovat první pomoc, požární ochranu i náročné manuální profese (např. svařování nebo lakování). Jen za poslední dva roky prošly jejími školeními stovky účastníků v Česku i zahraničí.

www.virtubea.cz



PŘEDSTAVUJEME VÍTEŽKY PROJEKTU

eŽENA 2025



1. místo

Kateřina Kapustová – Lesen

Kateřina založila značku Lesen z lásky k přírodě, touhy přenést její krásy do našich domovů a upozornit na důležitost její ochrany. Vyrábí povlečení z vysoce kvalitních přírodních materiálů s GOTS certifikovaným potiskem a zdobené motivy českých výtvarníků. Je ale také mámou dvou dětí – a právě s myšlenkou na ně svou značku buduje. „Chci, aby mé děti vyrůstaly s láskou k naší krajině, s respektem k její křehkosti a s vědomím, že poctivá práce a férové podmínky mají smysl. Když se spojí udržitelnost, kvalita a láska k přírodě, vzniká Lesen – můj z lesa sen.“

www.lesen.cz



2. místo

Ivana Remešová – PINNY

Značka PINNY vznikla před čtyřmi lety, když Ivana uvedla na trh prototyp svého prádelního koše. Svůj sortiment postupem času rozšířila o vlastní řadu profesionálních pracích prášků, které jsou běžně využívány v prádelnách a čistírnách, ale ke koncovým zákazníkům se dosud nedostaly. Zároveň přišla s parfémy do praní, z nichž si vybere každý člen domácnosti, včetně těch nejmenších. A jako celoživotní milovník zvířat nabízí také svůj odchlupovač FUZZY. Lepicí válečky jsou od teď minulostí!

www.pinny.cz, www.myfuzzy.cz



3. místo

Tereza Nová – Florentine Cosmetics

Tereza je zakladatelkou přírodní biodynamické kosmetické řady Florentine. Jako vystudovaná filmová vědkyně propojuje v projektu své vášně: film, přírodní kosmetiku, péči o sebe i krásu ve vizuálním pojetí etiket. Soustředí se především na fair trade obchod s farmáři a dodavateli, na poctivé suroviny a bylinkářskou valašskou tradici, ale také na osvědčené, testy ověřené aktivní látky. „Díky propojení s českými umělkyněmi a filmaři jsem měla letos možnost vystavovat kosmetiku i na Designbloku. Jsem máma tří dětí, která přednáší o filmové výchově na školách, píše knihy jako třeba Malí fotografové (nakladatelství Běžíliška) a se svou přírodní značkou kosmetiky se snažím ženy přivést zpět k péči o sebe, ke zpomalení a k rituálům.“

www.florentine-cosmetics.cz

DOMOVEM ZA BYZNYSEM:

Česká

KRAJE POD DROBNOHLEDEM

republika

perspektivy
ekonomika
srovnání

Karlovarský kraj
IP: 123,07;
nejlepší mikroregion:
Ostrov

Plzeňský kraj
IP: 109,94;
nejlepší mikroregion:
Plzeň

Index prosperity a finančního zdraví

Index prosperity a finančního zdraví je dlouhodobý výzkumný projekt, který mapuje úroveň prosperity a finančního zdraví v České republice — v národním měřítku a nově také na úrovni mikroregionů.

Poskytuje komplexní pohled na prosperitu nejen s ohledem na ekonomiku, ale i kvalitu života, vzdělávání, dostupnost zdravotní péče, bydlení apod.

Autory projektu jsou Česká spořitelna (analytický tým) a datový portál Evropa v datech ve spolupráci se Sociologickým ústavem AV ČR a agenturou Ipsos (indexprosperity.cz).

Index vychází z veřejně dostupných datových zdrojů (např. EUROSTAT, OECD, WHO) a ze sociologických šetření reprezentativního vzorku obyvatel ČR.

KRAJE ČR PODLE INDEXU PROSPERITY

STUPNĚ HODNOCENÍ 1 2 3 4

Ústecký kraj
IP: 131,99;
nejlepší mikroregion:
Varnsdorf

Liberecký kraj
IP: 98,43;
nejlepší mikroregion:
Turnov

Pardubický kraj
IP: 95,52;
nejlepší mikroregion:
Polička

Královéhradecký kraj
IP: 92,00;
nejlepší mikroregion:
Nové Město n. Metují

Hodnocení v Indexu prosperity regionů je založeno na sedmi pilířích (např. demografie, ekonomika, vzdělávání), přičemž každý z celkem 37 indikátorů má stejnou váhu. Výsledné pořadí mikroregionů (ORP nebo Praha) vzniká skloubením pořadí v jednotlivých indikátorech, pilířích a celkově, přičemž **nižší hodnota znamená lepší umístění**.

Olomoucký kraj
IP: 97,38;
nejlepší mikroregion:
Lipník n. Bečvou

Moravskoslezský kraj
IP: 110,51;
nejlepší mikroregion:
Jablunkov

Zlínský kraj
IP: 84,79;
nejlepší mikroregion:
Luhačovice

Jihočeský kraj
IP: 101,35;
nejlepší mikroregion:
České Budějovice

Středočeský kraj
IP: 102,34;
nejlepší mikroregion:
Benešov

Praha
IP: 80,65;
nejlepší mikroregion:
Praha

Kraj Vysočina
IP: 86,39;
nejlepší mikroregion:
Nové Město
na Moravě

Jihomoravský kraj
IP: 93,32;
nejlepší mikroregion:
Tišnov

Legenda barev

INDEX PROSPERITY

1 (80,00–90,00)

2 (90,01–100,00)

3 (100,01–110,00)

4 (110,00 a více)

Foto: Shutterstock
Zdroj: indexprosperity.cz

Struktura hospodářství

Česko

Zdroj dat: ČSÚ; údaje jsou za rok 2024

podíl na HDP (v%)

podíl na zaměstnanosti (v%)

zemědělství

2

zemědělství

3

průmysl

38

průmysl

35

služby

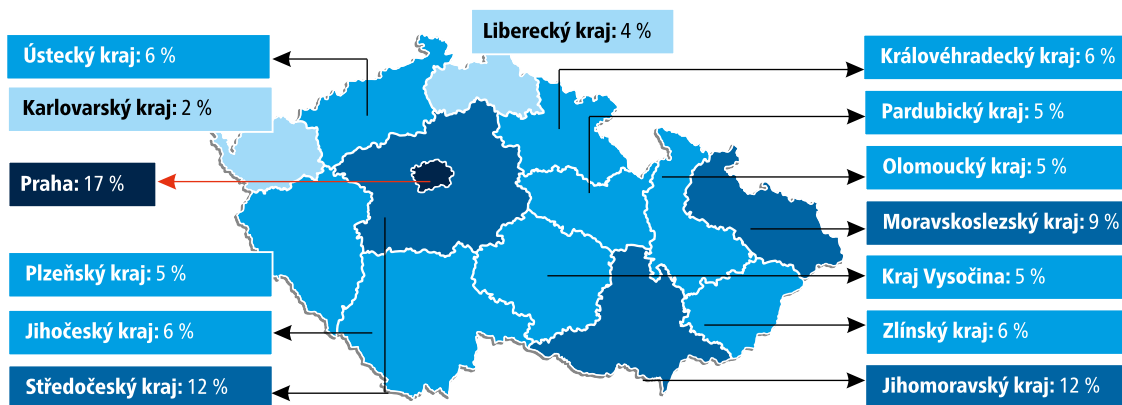
60

služby

62

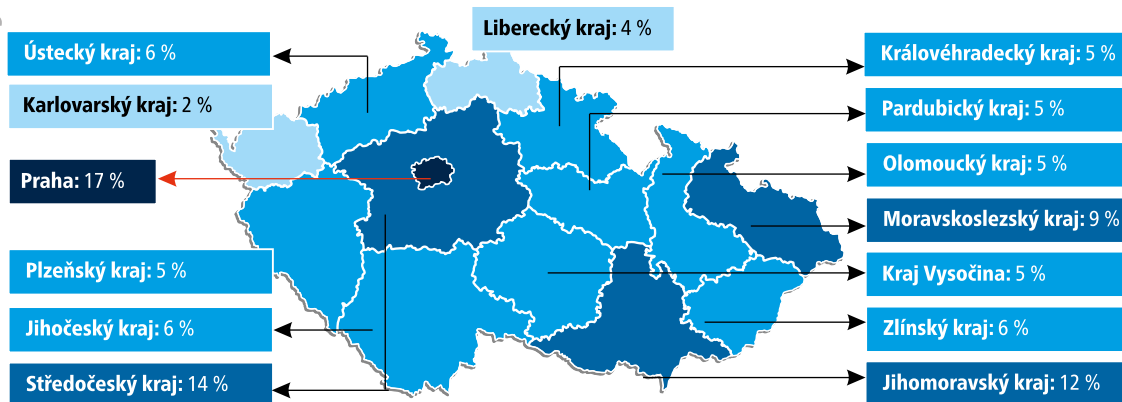
Regiony podíl na hospodářství ČR

Podíl krajů na průmyslu



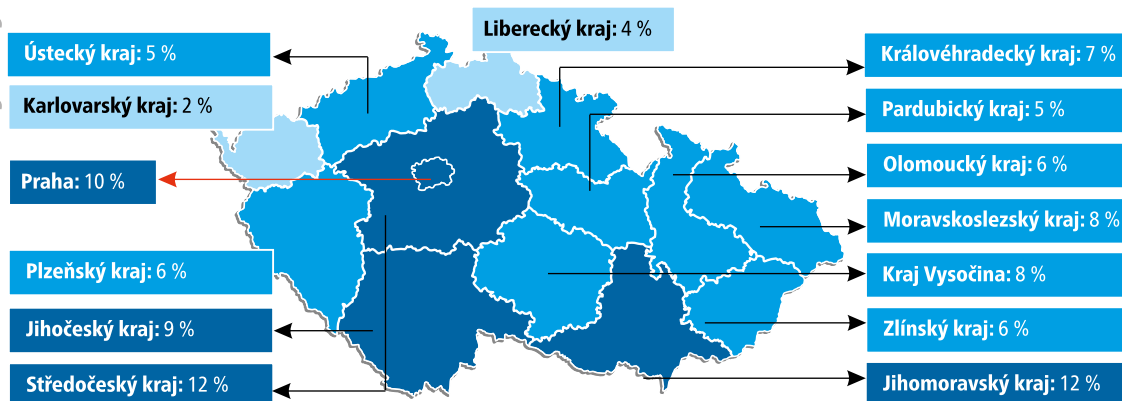
Karlovarský kraj
 populace: 291 469¹
 průměrná mzda: 41 944 Kč²
 nezaměstnanost: 4,2 %³
 míra ekonomické aktivity: 63 %⁴
 vzniklé ekonomické subjekty: 632⁵

Podíl krajů na stavebnictví



Plzeňský kraj
 populace: 611 269¹
 průměrná mzda: 45 708 Kč²
 nezaměstnanost: 1,9 %³
 míra ekonomické aktivity: 61 %⁴
 vzniklé ekonomické subjekty: 1 336⁵

Podíl krajů na zemědělství, lesnictví a rybářství

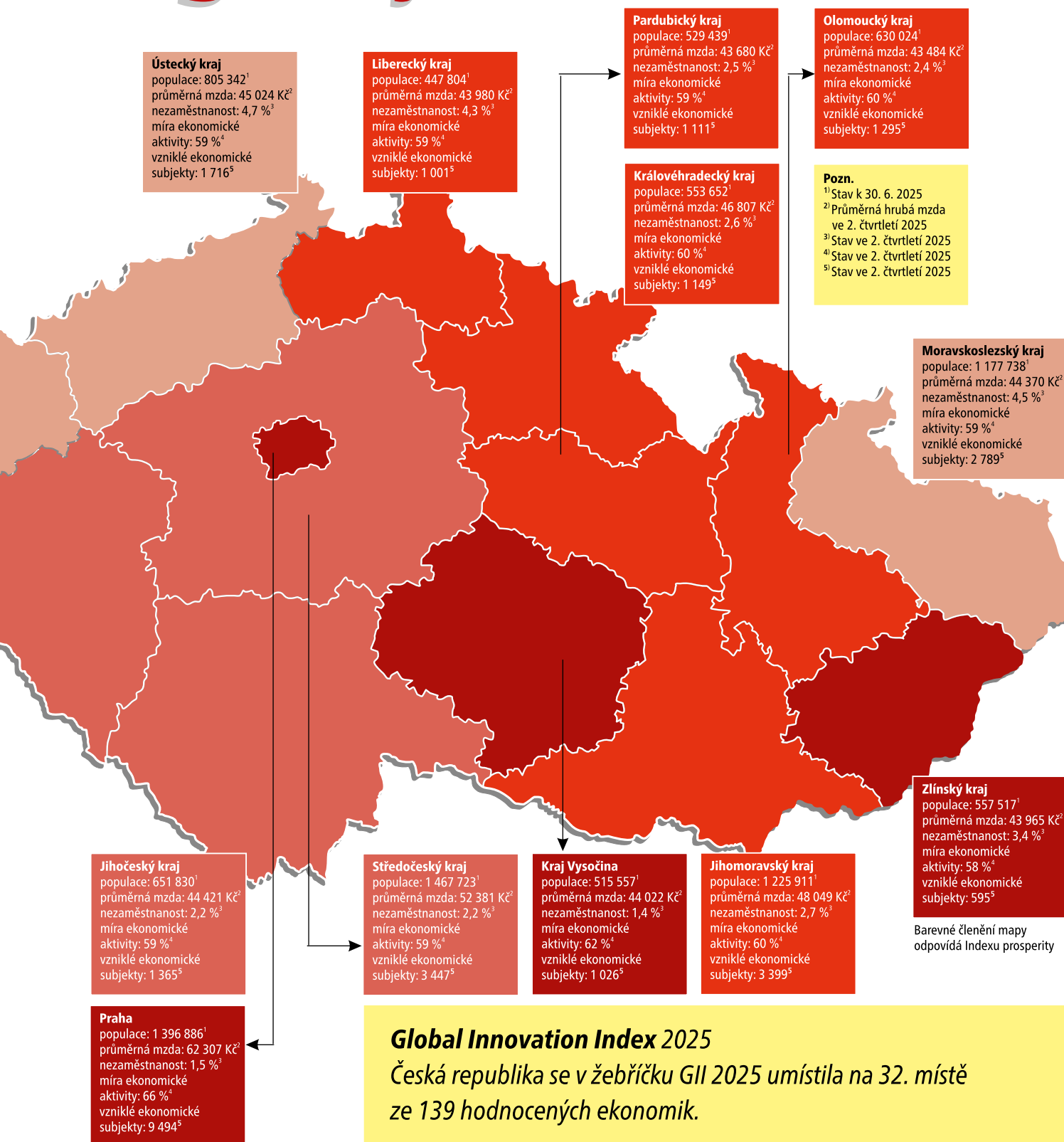


Legenda barev: 0–4,99 % 5–8,99 % 9–14,99 % 15 % a více

Zdroj dat: Český statistický úřad, 2025

Zpracování grafiky: ANTECOM

Regiony v datech



Zdroj dat: Český statistický úřad, 2025

Zpracování grafiky: ANTECOM

Česká republika^{v číslech}

top partneři importu do Česka

údaje za rok 2024, zdroj: Český statistický úřad

Německo
1 097,32 mld. CZK

Čína
923,48 mld. CZK

Polsko
448,81 mld. CZK

Slovensko
248,60 mld. CZK

Itálie
211,19 mld. CZK

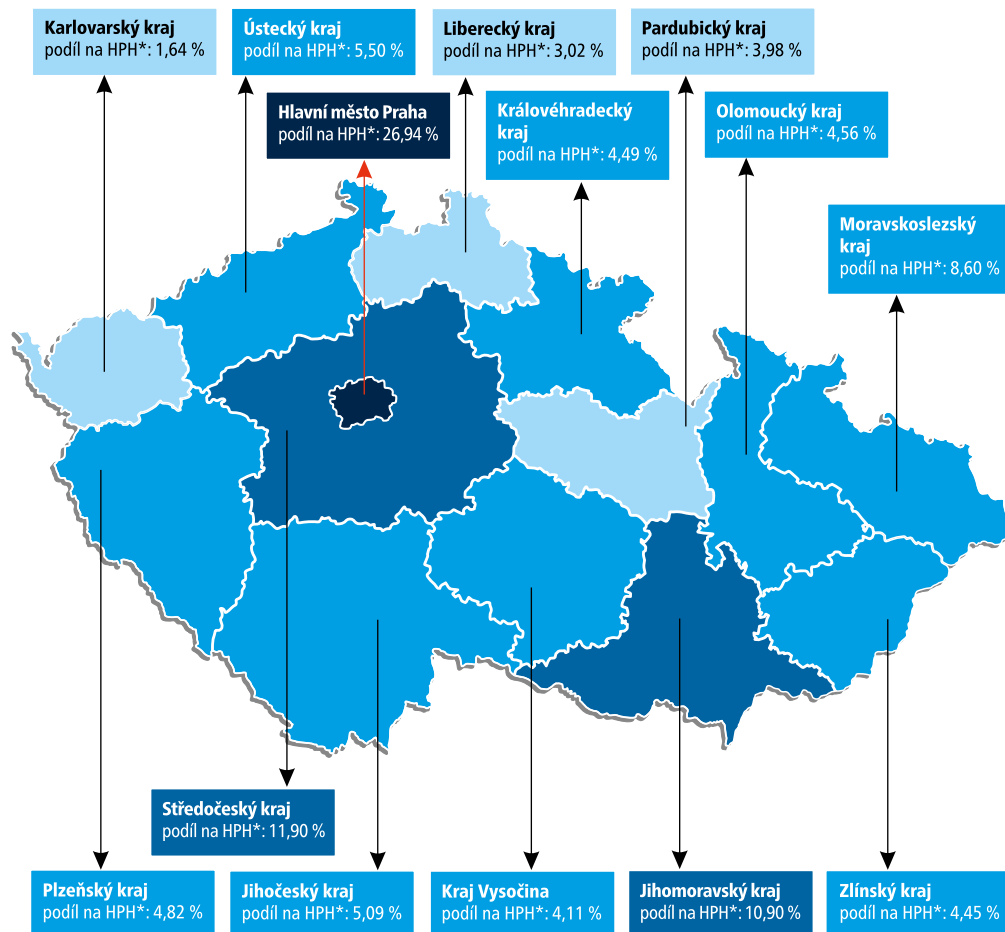
Francie
160,99 mld. CZK

Nizozemsko
140,29 mld. CZK

Rakousko
137,88 mld. CZK

Maďarsko
122,02 mld. CZK

Korejská republika
105,65 mld. CZK



*HPH = hrubá přidaná hodnota

ÚDAJE V MAPĚ
JSOU ZA ROK 2023

Legenda barev

PODÍL NA HPH
0–3,99 %
4–9,99 %
10–19,99 %
20 % a více

Zdroj dat: Český statistický úřad

Zpracování grafiky: ANTECOM

Česká republika

Počet obyvatel (v mil.): 10,88³
 Hustota zalidnění (obyv./km²): 141¹
 HDP ve směnném kurzu (v mld. USD): 345,0²
 Pořadí ekonomiky podle HDP PPP: 40.³
 Roční růst HDP (v %): 2,6³
 HDP podle koupěschopnosti
 (v mld. USD): 521,9²
 HDP (k)/obyv. (v USD): 48 000²

Míra nezaměstnanosti (v %): 2,7³
 Export (v mld. USD): 6,1³
 Import (v mld. USD): 5,4³
 Exportní partner č. 1: Německo³
 Importní partner č. 1: Německo³
 Podíl městského obyvatelstva (v %): 75⁴

Zdroje dat: ¹World Bank,
²CIA Factbook, ³ČSÚ, ⁴Statista
 Data za roky 2024–2025

www.sgef.cz

VYBAVÍME VÁS NA CESTU ZA VAŠÍ VIZÍ

- Individuální finanční řešení pro každý investiční záměr
- Dotační poradenství s využitím evropských i národních programů
- Komplexní pojištění s atraktivními podmínkami
- Silné zázemí mezinárodních skupin Komerční banky a BPCE

**BUDOUCNOST
JSTE VY**



SOCIETE GENERALE
Equipment Finance

KŘÍŽEM KRÁŽEM ČESKÝM POHRANIČÍM OSM REGIONŮ, OSM RŮZNÝCH PŘÍBĚHŮ

Českou republiku máme tendenci vnímat jako homogenní ekonomiku, kterou srovnáváme se světem. Kdo ale podniká, ten ví, že realita je jiná – každý kraj má svá specifika, příležitosti i limity. Proto se tentokrát podíváme na Česko jako na mozaiku regionů na periferii státu, konkrétně na osm pohraničních krajů. Právě v příhraničních oblastech jsou totiž rozdíly nejmarkantnější a najdeme zde nejvýraznější regionální specifika. Pojďme nahlédnout do zdejšího podnikatelského prostředí spolu s příběhy lidí, kteří každý den dokazují, že i velký byznys lze dělat mimo hlavní metropole.

Plzeňský kraj:

Exportní brána do Evropy

Plzeňský kraj má strategickou výhodu, kterou mu může zbytek republiky závidět: přímé napojení na německý trh. Silná průmyslová tradice, rozvinutá infrastruktura a exportní orientace mu dávají stabilní ekonomický základ. Západní Čechy však rozhodně nejsou jen „montovnou“ pro Německo.

Příběh domažlické firmy ARBYD je toho příkladem. Výrobce nábytku začínal jako malý rodinný podnik a dnes úspěšně exportuje do zahraničí. Zásadní roli sehrála nejen kvalita produktů a design, ale i schopnost přizpůsobit se požadavkům západoevropských zákazníků. Vedle tradičních odvětví má Plzeňsko i svůj high-tech rozměr. Z Plzně se například stalo evropské centrum Panasonicu – vyrábějí a vyvíjejí se zde tepelná čerpadla a další technologie pro energetiku a domácnosti po celé Evropě. Kromě globálních hráčů se region může opřít i o síť menších technologických firem, například výrobce ložisek GTW Bearings, nebo o podniky rozvíjející digitalizaci a školení pomocí virtuální reality.

Kraj také těží ze silné strojírenské tradice, kterou úspěšně propojuje s inovacemi. Typickým příkladem je firma Wikov Turbogear s více než stoletou historií, která patří mezi špičku v oblasti převodovek a turbín. Její příběh ukazuje, že průmysl v regionu není jen o sériové výrobě, ale i o sofistikovaných produktech s vysokou přidanou hodnotou.



Využijte blízkosti německého trhu, ale v něčem buďte skutečně špičkoví – s průměrností na náročném západoevropském trhu neuspějete.

Jihočeský kraj:

Tradice a moderní energie

Jihočeský kraj je známý malebnou krajinou rybníků a historických měst, ale má také své průmyslové jádro. Staví na tradičních odvětvích, jako je potravinářství (např. ikonický Budějovický Budvar nebo Madeta) a strojírenství, a zároveň se tu rozvíjejí moderní energetické a technologické projekty.

Podnikatelské prostředí v jižních Čechách dlouhodobě těží z kvalitního technického školství a přeshraniční spolupráce s Horním Rakouskem a Bavorskem. České Budějovice a okolí lákají investory do lehkého průmyslu a logistiky profitují z blízkosti rakouských hranic. Zároveň se tu rodí firmy, které využívají regionální identitu jako značku, což jsou například rodinné podniky v potravinářství nebo řemeslech, jež staví na poctivé práci a lokálních surovinách.



Využijte silnou regionální značku a příběh. Jihočeská tradice, příroda a kvalita jsou samy o sobě marketingovou devízou, kterou můžete podpořit expanzi svého podnikání.

Karlovarský kraj: Malý trh, velká odvaha

Karlovarský kraj patří dlouhodobě mezi ty s nejnižším HDP na obyvatele a vyšší nezaměstnaností. Ekonomika je zde křehká, neboť závislost na lázeňství a sezonním turismu činí region zranitelným a v celostátních žebříčcích prosperity či podnikatelského prostředí se ocitá na samém okraji. Právě v těchto podmínkách však vznikají projekty, které těží z autenticity a místních zdrojů.

Jedním z nich je firma Serafin – byliny z Dolního Rychnova, která získala ocenění Firma roku 2025 Karlovarského kraje. Zakladatelé spojili znalost místních bylin s moderním přístupem ke zdraví. A daří se jim to. Své bylinné produkty a doplňky stravy dnes vyvážejí přes e-shop do celé střední Evropy.

K rozvoji podnikání napomáhají i krajské iniciativy. Karlovarský kraj zvyšuje podporu kreativních voucherů, propojuje podnikatele s tvůrci a připravuje strategii pro oživení regionu pomocí designu, přírodních a kulturních projektů. To vše má pomoci nastartovat inovace v kraji, který doposud doplácí na odliv mladých a vzdělaných lidí.



I autenticita může být dostatečnou přidanou hodnotou, se kterou prorazíte také v zahraničí.

Ústecký kraj: Továrna v přestavbě

Ústecký kraj v posledních letech prochází zásadní ekonomickou transformací. Tradiční těžký průmysl (uhlí, chemie) ztrácí na významu a kraj hledá novou identitu. Nabízí sice levnější zázemí a dostatek prostoru pro investory, zároveň však bojuje s demografickým poklesem a image „uhelného regionu“. Dlouhodobě patří Ústecko k oblastem s vysokou nezaměstnaností a sociálními problémy (exekuce, nižší vzdělanost či kratší dožití). To vše jsou výzvy, s nimiž se musí vypořádat při přechodu na modernější ekonomiku.

Na druhou stranu zde přibývá technologických firem a chytrých řešení. Například startup Buddy Chip z Ústí nad Labem vyvíjí chytrý NFC přívěsek pro psy, který usnadňuje návrat ztracených mazlíčků domů. Nejde zatím o obří byznys, ale představuje typický příklad regionálního startupu: má jasný produkt, pevnou lokální základnu a ambici růst.

Další firmy těží z toho, že kraj nabízí oproti Praze nižší náklady a možnost rychle vyrůst. Logisticky výhodná poloha u německých hranic pomáhá exportérům. Zároveň proudí velké investice do rekultivace území po těžbě a rozvoje průmyslových zón pro nové obory, včetně vodíkových technologií (region sází na vodík jako na jednu z cest transformace hospodářství).



Nečekejte na ideální podmínky, vytvořte si je. V regionu, který se mění, je prostor pro ty, kdo dokážou přijít s novými nápady a řešeními.

Liberecký kraj: Když se z řemesla stane technologie

Liberecký kraj má řemeslo v genech. Po generace byl spjatý s textílem, sklářstvím a přesnou ruční výrobou. Dnes na tento základ navazuje moderními technologiemi a výzkumem – kombinace tradice a inovace z Liberecka dělá jeden z nejživějších podnikatelských ekosystémů v zemi. Region sám o sobě není velký, ale dokáže zúročit svůj historický um v nových odvětvích.

Jedním z pilířů zdejšího high-tech průmyslu je liberecká společnost Elmarco. Už před lety zapsala Liberec na mapu světového byznysu, když vyvinula průlomovou technologii pro průmyslovou výrobu nanovláken. Její stroje dnes umožňují aplikaci nanovláken ve filtraci po celém světě. Právě v oboru pokročilých filtrací vzduchu je dnes Liberecko světovým hráčem.

Rok 2025 přinesl regionu i další úspěchy. Titul Firma roku Libereckého kraje získala společnost DEVINN vyvíjející technologie pro automotive a čistou energii. Mezi živnostníky zabodoval Bohumil Štěpánek, mistr ražby mincí – spojení inovace a poctivé ruční práce přesně vystihuje charakter regionu. Ten navíc táhnou i firmy, které vyrostly doslova pod Ještědem. Například elektronická firma Hokami CZ začínala jako malý tým a postupně vybudovala špičkovou kapacitu v montáži elektroniky pro zahraniční trhy.



V Libereckém kraji platí, že co je dobře udělané, to si cestu do světa najde. Nebojte se proto spojit tradiční řemeslnou kvalitu s moderními technologiemi.

Olomoucký kraj: Zemědělská tradice a klidný restart

Olomoucký kraj má silnou zemědělskou tradici a významné univerzitní zázemí (Univerzita Palackého patří k nejstarším ve střední Evropě). Neřadí se sice k nejobhatším regionům a po ekonomické stránce byl dlouho ve stínu průmyslovější Moravy, ale v posledních letech zde pozvolna ožívá podnikatelská scéna díky menším inovativním firmám.

Jednou z nich je projekt Beentry, který se zrodil doslova na včelnici. Dva kamarádi z Hané chtěli digitálně sledovat zdraví včel ve svých úlech, a tak vytvořili IoT aplikaci pro chytré včelaření. „Olomouc nám dala prostor a klid,“ říká spoluzakladatel startupu, který už překročil hranici tisícovky platících uživatelů. Podobné projekty ukazují, že region nabízí klidnější prostředí pro rozjezd podnikání, neboť výhodou je menší konkurenční tlak a nižší náklady oproti Praze. Nevýhodou naopak menší investorský ekosystém a nutnost složitěji získávat pozornost ze strany centra.

Kraj se snaží nastartovat růst i podporou tradičních odvětví. Je významným producentem potravin (úrodná Haná) a daří se zde potravinářským podnikům i exportérům v zemědělské technice. Do budoucna se diskutuje, jak více využít potenciál místních vysokých škol a talentů – od biotechnologií po IT služby.



Začněte lokálně, myslíte globálně. I malý projekt z Hané může mít celosvětové ambice, když se správně uchopí.

Moravskoslezský kraj: Těžká váha v přerodu

Moravskoslezský kraj byl historicky průmyslovou velmocí Česka – těžba uhlí a těžký průmysl tu po dekády formovaly jeho tvář. Dnes ale Ostravsko a celý kraj procházejí dramatickým přerodem. Útlum dolů a hutí je impulzem pro hledání nové cesty a pro investice do inovací, podobně jako na Ústecku. Kraj stále patří k hospodářsky slabším (společně s Ústeckým a Karlovarským má největší dlouhodobé problémy), nicméně v poslední době poutá pozornost několika průlomovými projekty.

V Ostravě například vznikla unikátní biotechnologická laboratoř, kde se tisknou živé buňky a biomateriály. Dalším příkladem technologického skoku je ostravský projekt prvního českého kvantového počítače – krok, který posouvá region do úplně jiné ligy. Propojení univerzit (VŠB-TU Ostrava aj.), inovačních center a podpory města zde vytváří prostředí, v němž mohou růst jak deep-tech startupy, tak modernizované tradiční podniky. Silnou stránkou Moravskoslezska je stále i obrovská pracovní síla a know-how ve strojírenství.

Za zmínku stojí, že v hodnocení podnikatelského klimatu (soutěž Město pro byznys 2024) se Ostrava umístila na špičce mezi českými městy. Kombinace investic do infrastruktury, podpory startupů a proaktivního přístupu samosprávy tak nese ovoce. Moravskoslezský kraj sice není na vrcholu žebříčků prosperity, ale odhodlaně pracuje na tom, aby jeho těžká minulost byla odrazovým můstkem pro moderní budoucnost.



Nebojte se velkých vizí ani v tradičním regionu. Kdo dokáže propojit místního průmyslového ducha s inovacemi, má šanci uspět – a může získat výhodu, kterou jinde nenajde.

Jihomoravský kraj: Inovační laboratoř

Jihomoravský kraj, to není jen proslulé víno a vinařství, ale především Brno, město univerzit, startupů a špičkového výzkumu. Region je jedním z motorů tuzemských inovací a exportu. Firmy tu stojí na silném akademickém zázemí, chytrých nápadech a mezinárodních ambicích.

Jedním z příkladů je společnost Aniball, výrobce zdravotnických pomůcek, které pomáhají ženám při porodu. Je ukázkou jihomoravského přístupu: spojení odborného know-how, odolnosti a dobrého produktu, který obstojí i za hranicemi. Jihomoravský kraj obecně přeje inovacím – sídlí tu přední výzkumné instituce jako CEITEC (Central European Institute of Technology), které se zapojují do světové špičky (např. vývojem laserových technologií pro průmysl i medicínu).

Brněnské startupové ekosystémy mají také přesah daleko za hranice. Herní studio Vesna Games nebo agritech projekt Big Terra (digitální platforma pro zemědělce) dokazují, že odvážné nápady z Brna mohou mířit i na zámořské trhy. Region navíc klade důraz na spolupráci, takže propojení firem, univerzit a veřejné správy zde není klišé, ale realita.



Jihomoravský kraj přeje odvaze a spolupráci. Propojte se s univerzitami, inkubátory a zkušenými firmami kolem vás – to je recept, který tu funguje a pomůže akcelarovat i váš nápad.

OSTATNÍ KRAJE: SRDCE A STABILITA ČESKÉ EKONOMIKY

A co zbývající kraje ve vnitrozemí? Přestože tento článek cílí hlavně na pohraničí, nesmíme opomenout Prahu, Středočeský kraj, Vysočinu, Královéhradecký, Pardubický a Zlínský kraj – tedy regiony, které netvoří státní hranici. Dohromady představují jakési srdce a zázemí české ekonomiky.

Hlavní město Praha a Středočeský kraj

Tvoří ústřední aglomeraci: Praha soustřeďuje více než čtvrtinu HDP celé země a je přirozeným centrem financí, služeb i kultury. Střední Čechy zase těží z blízkosti metropole – počet obyvatel Středočeského kraje od roku 2006 vzrostl o stejný počet jako všech ostatních krajů dohromady. Praha nabízí firmám největší koncentraci talentů, kapitálu i zákazníků, ovšem také největší konkurenci a vysoké náklady.

Kraj Vysočina

Je vnitrozemský region se stabilní ekonomikou. Má dlouhodobě nejnižší nezaměstnanost a silnou základnu rodinných firem. Není tolik na očích, ale zdejší podniky udržují solidní výkon – od strojírenství přes zemědělství po nové obory jako kybernetická bezpečnost (v Jihlavě vzniká centrum excelence v IT).

Královéhradecký a Pardubický kraj

Dvojice východočeských regionů s průmyslovou tradicí. Hradecko je známé přesným strojírenstvím a rodinnými podniky, které sázejí na kvalitní řemeslo (například společnost JECH CZ z Dobrušky vyrábějící sedací nábytek získala ocenění Firma roku 2025 Královéhradeckého kraje). Pardubicko se kromě chemického průmyslu a dopravy prosazuje i v inovacích, například

Lipidica z Pardubic se věnuje biotechnologiím a reprezentovala ČR na světové výstavě EXPO v Ósace. Oba kraje také profitují z kvalitního školství a polohy blízko hlavního města (část mladých, která odejde za studiem do Prahy, se vrací s know-how zpět do regionu).

Zlínský kraj

Dodnes tu rezonuje dědictví batovské éry – tradice průmyslového designu a podnikavosti. Zlín a okolí prosluly obuvnictvím, strojírenstvím a gumárenstvím a mnoho místních firem na tuto tradici navazuje. Region se ale nebojí inovovat: vznikají tu projekty propojující řemeslo a vědu (např. nové materiály inspirované know-how gumárenského gigantu Tomáše Bati). Zlínský kraj také díky své poloze rozvíjí přeshraniční spolupráci se Slovenskem a Polskem, aby místní podnikatelé nebyli izolováni od okolních trhů.

Závěrem

Dalo by se říct, že Česko je zemí čtrnácti různých ekonomických světů. Každý má svůj rytmus, podmínky a příběhy. Některé nabízejí infrastrukturu, kapitál či inovativní prostředí; jiné spíše stabilitu, tradici nebo prostor pro kreativitu.

Data z Indexu prosperity regionů nápadně dokládají tyto rozdíly – například Turnov v Libereckém kraji se díky skvělé vybavenosti a volnočasovým možnostem umístil na 1. místě žebříčku kvality života, zatímco na opačném konci skončily Podbořany v Ústeckém kraji.

”

NAKONEC O ÚSPĚCHU
REGIONŮ ROZHODUJÍ
LIDÉ. TI, KTEŘÍ MĚLI
ODVAHU S PODNIKÁNÍM
ZAČÍT, A VYTRVALI.

Praha, ač v mnoha ukazatelích domínuje, obsadila celkově až 23. příčku kvůli vyšší kriminalitě a horší dostupnosti škol. Největší problémy přetrvávají právě v Ústeckém, Karlovarském a Moravskoslezském kraji, kde se potýkají s odlivem vzdělaných lidí, exekucemi či nižší délkou života. To potvrzuje dlouhodobé regionální disparity. Výzvou do budoucna proto bude regionální rozvoj založený na inovacích – kraje postižené útlumem tradičního průmyslu sázejí na nové technologie a investice do dopravní i digitální infrastruktury.

O skutečném úspěchu regionů však nakonec nerozhodují statistiky, ale podnikatelé, kteří našli odvahu začít – v Plzni, Karlových Varech, Olomouci, Ostravě nebo jinde. Právě v regionech často vznikají nápady, které promění místní nevýhody v přednosti, a dají tak celé České republice nový impuls k růstu. ■

TEXT: DITA SLUNEČKOVÁ, BUSINESSINFO.CZ
OBJEVTE REGIONÁLNÍ PODNIKÁNÍ, INSPIRACI A PODPORU
NA WWW.BUSINESSINFO.CZ

STATISTIKA VĚDA JE. ALE CO SI MYSLÍ SAMI PODNIKATELÉ?

ZDE JSOU JEJICH PŘÍBĚHY

Lyopotraviny • Raynet • Boxmaster • Beentry

- 1. ZAČÁTKY:** Kdy jste si poprvé uvědomili, že z nápadu může být skutečné podnikání?
- 2. SPECIFIKA:** Co dělá podnikání ve vašem kraji podle vás specifickým – v pozitivním i negativním smyslu?
- 3. VÝZVY:** S jakou výzvou se vám v podnikání nejhůř vyrovnávalo – a co vás naopak posunulo nejdál?
- 4. ÚSPĚCHY:** Co byste označili za svůj největší podnikatelský úspěch? Na co jste nejvíc hrdí?
- 5. RADA:** Jakou radu byste předali někomu, kdo by dnes začínal podnikat právě ve vašem kraji?

Lenka Bláhová, zakladatelka a majitelka (společně se svým manželem) Lyopotraviny, Zábřeh na Moravě

1. ZAČÁTKY

Myšlenka na podnikání vznikla, když jsme poprvé ochutnali dovezené lyofilizované ovoce a napadlo nás, že by se přece dalo vyrábět i z českých surovin. Koupili jsme první lyofilizátory, ale brzy jsme zjistili, že technologie je mnohem náročnější, než jsme čekali. Strávili jsme týdny testováním a laděním procesů, dokud jsme nedosáhli kvality, se kterou jsme byli spokojeni. Ten moment, kdy se nám poprvé podařilo usušit ovoce tak, že chutnalo jako čerstvé, byl zlomový. Uvědomili jsme si, že nejde jen o experiment, ale o cestu, která má hlubší smysl – vyrábět poctivé jídlo bez přísad a vrátit hodnotu českým surovinám i rukám, které je zpracovávají.

2. SPECIFIKA

V našem kraji se všechno točí kolem důvěry. Když lidé zjistí, že je za značkou konkrétní rodina, která si za svou práci stojí, vracejí se a doporučují dál. Obrovskou výhodou je blízkost k přírodě – máme kolem sebe farmáře, pěstitele i malé dodavatele, se kterými se známe osobně. Na druhou stranu,



region není ekonomicky nejsilnější, a tak se každý produkt musí obhájit kvalitou, ne reklamou. Naučilo nás to nepřetvářovat se, ale dělat věci poctivě a férově, což se nám dlouhodobě vrací.

3. VÝZVY

Nejtěžší bylo skloubit rodinný život s budováním plnohodnotného potravinářského provozu úplně od nuly. Každý krok – od první malé sušičky až

po dnešní plně vybavenou lyofilizační linku – jsme dělali sami, bez investorů a s obrovskou dávkou trpělivosti. Naučili jsme se zvládnout technologii, byrokracii i všechny hygienické normy, které byly pro malou firmu ze začátku opravdu velkou výzvou.

Určitě nevýhodou je naše poloha: jsme daleko od velkých měst, jako je Brno nebo Praha, takže zákazníci si nás musejí najít. Ale právě to nás donutilo být autentičtí, budovat důvěru a osobní vztahy.

Posunulo nás, že jsme se nikdy nevzdali svého rukopisu – všechno, co vyrábíme, prochází našima rukama a každý krok máme pod kontrolou. To nám umožnilo růst bez ztráty autenticity a zůstat věrní tomu, proč jsme vůbec začali.

4. ÚSPĚCHY

Hrdí jsme na to, že si naše produkty našly místo v jídelníčku lidí napříč generacemi, od malých dětí po seniory. Když nám rodiče napíší, že díky našemu ovoci jejich děti poprvé dobrovolně jedí rybíz nebo hrušku, je to pro nás největší pochvala. Stejně tak nás těší, že si naši práce všimli i odborníci, spolupracujeme s výzkumnými týmy i gastroprovozy.

Z malé dílny v Hněvkově jsme vyrostli ve stabilní firmu s vlastním know-how a technologií, ale zůstali jsme rodinou, která dělá věci srdcem. Jsme také hrdí na to, že nepolevujeme v kvalitě a dodržujeme své zásady, i když je to často ta náročnější cesta. Zkratky jsme si v minulosti vyzkoušeli – a pokaždé se nám

vrátily jako bumerang. Dnes víme, že čestné podnikání a klidné spaní mají pro nás větší hodnotu než jakýkoli krátkodobý zisk.

5. RADA

Začněte dělat to, čemu opravdu věříte, a dělejte to naplno, ale s pokorou, i když začátky budou těžké. Lidé poznají, když něco děláte jen pro zisk, a stejně rychle poznají, když do toho dáváte poctivost a kus sebe sama. Nespoléhejte se na rychlý úspěch, ale na své ruce, poctivost, vztahy a trpělivost. My jsme začali v malé místnosti se dvěma stroji a právě díky tomu jsme se naučili chápat, že každý krok má svou hodnotu, čas i místo. Když jdete poctivou cestou, i ten nejmenší kraj může být skvělým místem pro velké nápady.

Martin Bazala, spoluzakladatel a CEO Raynet, Ostrava-Poruba

1. ZAČÁTKY

Nápad založit IT firmu s kamarády ze školy tady byl už od studentských let. Nejprve jsme přemýšleli, čím se nejlépe uživit, první klienty jsme hledali doslova se Zlatými stránkami. Až po asi šesti letech vývoje softwaru na míru jsme si ale uvědomili, že toužíme po vlastním produktu. Něčem, co by mohlo využívat obrovské množství klientů a přinášelo by ultimátní zákaznický zážitek. Začali jsme z vlastních zdrojů vyvíjet Raynet CRM – a vyplatilo se.

2. SPECIFIKA

Region Ostravska podnikatele i zaměstnance do určité míry formuje. Máme toto místo ohromně rádi a kupředu nás pohání představa, kam až se z Moravskoslezského kraje můžeme posunout. Ostrava ukazuje, že nemusí být navždy spojena s industriální minulostí a že tu dokážeme uskutečnit obrodu podnikatelského ducha. Regiony mohou přinést svěží drah, jiný pohled, oslovit jiné zákazníky. Nespornou výhodou určitě je, že je snazší držet si pozici prémiového zaměstnavatele v Ostravě než v Brně nebo třeba v Praze. Rozvoji nových firem taky napomáhá blízkost univerzit. V našem regionu se navíc čilý byznysový kvas zdola propojuje i s podporou veřejných institucí. To nutně neznamená, že by se podnikatelé zasypávali dotacemi, ale je jim poskytována podpora od expertů, kteří už mají něco za sebou.

3. VÝZVY

Rozhodnutí zaměřit se na vývoj vlastního CRM systému a následná transformace firmy, která se neobešla bez řízené ztráty, by se bezesporu daly nazvat dost náročnou výzvou. Ale i samotný rozjezd podnikání v ostravském regionu před těmi dvaceti lety znamenal, že jsme na to byli úplně sami. Žádné veřejné inovační centrum tu neexistovalo, nulová startupová scéna, akcelerační programy ani prostory pro coworking, které dnes Ostravsko nabízí.

4. ÚSPĚCHY

Za velký úspěch bychom označili naše rejnoky, tedy samotné zaměstnance firmy. Daří se nám budovat skvělý tým talentů, kteří by klidně mohli být úspěšnými freelancery a mít své vlastní projekty. Zakládáme si na otevřeném řízení firmy a ohromný úspěch je za nás i to, že se nám tento styl vedení daří držet, i když rosteme (aktuálně máme kolem 80 zaměstnanců, za poslední rok jsme se prakticky zdvojnásobili). Každý u nás má vysokou míru osobní svobody a je opravdu vidět, že díky tomu odpovědnost za Raynet cítí celá firma. Není potřeba na nikoho tlačit, máme sdílenou ambici něčeho dosáhnout a poskytovat skvělou službu.

5. RADA

Nebát se do toho jít a nebát se si říct o pomoc. Je zbytečné znovu a znovu proslapávat cestičky, jimiž už dříve šli



jiní. A podporu zakladatelé firmy potřebují spíš dřív než později. Máme tady skupiny lidí z byznysu, kteří přicházejí z různých odvětví a navzájem se velmi podporují, fungují nejrůznější centra, která pomohou.

Václav Říha, spoluzakladatel, tvůrce základní myšlenky modulárního automatu, Boxmaster, Želeč u Tábora

1. ZAČÁTKY

Upřímně řečeno to bylo spíš obráceně: nejdřív jsme si všimli podnikatelského potenciálu a až poté začali hledat řešení. Uvědomili jsme si, že logistice potravin chybí něco jako lokální překladiště, které v balíkové přepravě umožňuje efektivně převážet zásilky hromadně a teprve na poslední míli je distribuovat kurýry. Díky plné automatizaci je možné taková překladiště zřídit i v potravinářské logistice a fungovat zcela autonomně. A protože tento model už prokázal svou efektivitu u klasických zásilek, dává smysl, že bude fungovat i u potravin.

2. SPECIFIKA

Pokud bych měl zmínit obecnější problém, je to nedostatek specializovaných profesí, jako jsou programátoři či konstruktéři – ale to není jen problém kraje, spíš celé republiky. Naopak velmi pozitivně hodnotím podporu Jihočeského

vědeckotechnického parku. Pro náš projekt je dokonce výhodou i určitá roztříštěnost kraje a slabší dopravní napojení na Prahu. Právě v takových podmínkách dává FoodHuby největší smysl a ukazují svou přidanou hodnotu.

3. VÝZVY

Protože jde v podstatě o startupový projekt s většími ambicemi, nemůžeme se omezovat jen na region. Klíčové obchodní kontakty a příležitosti jsou přece jen soustředěné v Praze. Na druhou stranu právě díky tomu, že v kraji není tolik projektů podobného rozsahu, je snazší se tu zviditelnit, dosáhnout prvních úspěchů a ty pak využít jako dobrou vizitku směrem k partnerům a investorům v Praze.

4. ÚSPĚCHY

Těžko vybrat jeden konkrétní moment. Samozřejmě, když postavíte tak složitý stroj, jako je FoodHub, první den



úspěšného ostrého provozu je nezapomenutelný. Ale ještě důležitější je pro mě to, že mě ta práce opravdu baví, naplňuje a posouvá dál – a právě to považuji za svůj největší úspěch.

5. RADA

Počítejte, analyzujte, ale nebojte se neúspěchu. A zapojte se do různých projektů, jako je třeba JihoCzech. Tam se dozvíte všechno podstatné, co do začátku potřebujete vědět.

Vít Zaoral, spoluzakladatel, vývojář a autor aplikace Beentry, Olomouc

1. ZAČÁTKY

Když se z pomůcky, kterou jsme si po večerech vyvíjeli sami pro sebe (aplikace umožňující včelařům vést si podrobné záznamy – pozn. red.), stal produkt, o nějž začali mít zájem i včelaři mimo náš okruh. Definitivně nás přesvědčily první platby za rozšířenou verzi aplikace. Potvrdila to i rostoucí poptávka po nových funkcích a zájem ze zahraničí.

2. SPECIFIKA

Pozitivní je v našem regionu dostupnost talentů a spolupráce s univerzitním prostředím v Olomouci, rozumné náklady a blízkost přírody, odkud čerpáme zpětnou vazbu. Včelnici máme 10 minut od kanceláře. Negativem je menší inovační ekosystém a větší vzdálenost k investorům a médiím, proto je nutné být aktivnější i ve větších městech a v zahraničí.

3. VÝZVY

Nejtěžší je prorazit v konzervativní včelařské komunitě a zároveň škálovat marketing mimo ČR. Pomohla nám lokalizace a důraz na reálné potřeby včelařů.



Nejvíce nás posunula přímá práce s uživateli Beentry a účast na včelařských akcích v Olomouckém kraji i v zahraničí.

4. ÚSPĚCHY

Od počátku jsme vybudovali nástroj, který šetří čas včelařům a používají ho tisíce lidí v České republice a na Slovensku. Překročili jsme hranici jednoho tisíce platících uživatelů. Máme přibližně 12 tisíc stažení a chystáme expanzi do dalších evropských zemí i implementaci chytrých funkcí využívajících AI.

5. RADA

Mluvte se zákazníky od prvního dne a stavte produkt na jejich konkrétních potřebách. Rychle prototypujte a dočasně produkt na trh. Využijte výhod regionu, například nižších nákladů a blízkosti praxe, ale co se týče prodeje a PR, myslíte od začátku mimo hranice a chodte si pro zpětnou vazbu i do světa. ■

ZPRACOVALA: DITA SLUNEČKOVÁ, BUSINESSINFO
A REDAKCE TRADE NEWS

FOTO: ARCHIVY JMENOVANÝCH FIREM



ARBYD

interior and furniture

DESIGN
ECOLOGY
REALIZATION
PRODUCTION

Česká rodinná společnost
se zaměřením na design,
zakázkovou výrobu nábytku
a kompletní realizaci
interiérů.

www.arbyd.cz

Leoš Kubíček:

SOFTWARE JE SPECIFICKÁ KOMODITA MUSÍTE BĚŽET RYCHLEJI NEŽ OSTATNÍ A ANI NA CHVÍLI SE NEZASTAVIT

Asi všichni si ještě pamatujeme, jak příchod covidu vyvolal mohutnou vlnu kreativity ve vědě a firmách, které se zaměřují na vývoj a využití nových technologií. „Měli jsme tehdy solidní know-how ve vývoji a aplikaci softwaru pro virtuální brýle v oblasti tréninku a vzdělávání. Rychle jsme tak mohli zareagovat na potřebu našich zdravotníků vycvičit obsluhu pro plicní ventilátory. Naše řešení zaujalo německou záchrannou službu ASB a před dvěma lety jsme pro ni začali vyvíjet software pro výcvik kardiopulmonální resuscitace pro skutečné podmínky urgentní medicíny ve virtuální realitě. Od té doby pronikl náš produkt pro virtuální brýle nejen na evropské, ale i blízkovýchodní trhy,“ zahajuje naše povídání Leoš Kubíček, spoluzakladatel a ředitel českobudějovického startupu Virtual Lab.

S VR zmizely mnohastránkové návody na použití

Vývojáři stáli před úkolem vytvořit pro zákazníky softwarové prostředí, v němž si budou moci s digitálními dvojčaty skutečných přístrojů a pomůcek nacvičovat rizikové postupy a procesy v rizikových podmínkách, jejichž simulace by jinak byla jen obtížně realizovatelná nebo finančně příliš nákladná. Vývoj produktu s mnoha neznámými probíhal díky dlouhodobé zkušenosti týmu Virtual Lab s VR relativně svižně.

Málokoho by tehdy napadlo, s jakými problémy bude třeba se vyrovnat. Nejsložitější bylo najít řešení nezávislé na modelech figurín různých výrobců, které se odlišovaly parametry a senzory na měření hloubky, rychlosti a počtu stlačení, a schopné spolehlivě transportovat data do virtuální reality.

Nesnadné bylo rovněž zprostředkovat trénující osobě co nejsrozumitelněji hodnocení výkonu. V neposlední řadě



Obraz z brýlí je v případě potřeby přenášen na externí monitory, tablety, TV apod.

se vývojáři museli „poprat“ s fenoménem komplexity. Například skloubit 3D modely různých prostředí, zajistit interakci s AED (automatický externí defibrilátor) a dalšími objekty a současně zajistit, aby aplikace bez problémů fungovala ve VR brýlích. „V kontaktu s klienty jsme si uvědomili, že virtuální

realita není jen o technologiích, ale i o odvaze a ochotě je používat, když pomáhají a dávají smysl.“

Podle průzkumu Českého červeného kříže se až devadesát procent lidí obává poskytnout první pomoc. „Napadlo nás, že bychom mohli být užiteční nejen



Ukázka prostředí z aplikace

Virtual Lab, s.r.o.

**Cena hlavního projektu
AMSP ČR
Transformace 2025
2. místo**

Společnost vznikla v roce 2019 jako interní startup v rámci poradenské firmy Holistic Management, kterou v roce 2005 založil Leoš Kubíček. Obě společnosti vede jako ředitel a jednatel a vlastní je s dalšími třemi spolumajiteli. Virtual Lab vyvíjí simulátory a trenažéry ve virtuální realitě. Specializuje se na med-tech, edu a zakázkový vývoj složitých tréninkových postupů, to vše za podpory mezinárodního advisory boardu. Kromě České republiky pokrývá trhy EU, Blízkého východu, zejména SAE a Saúdské Arábie, a Brazílii. Tým tvoří kolem 35 interních a externích pracovníků. Loňský obrát společnosti činil zhruba 16 milionů korun.

www.virtual-lab.cz

profesionálům, ale i široké veřejnosti. Naše tréninkové aplikace jsou totiž uživatelsky nenáročné a kompatibilní se všemi dostupnými soupravami pro virtuální a rozšířenou realitu. Primárně se orientujeme na virtuální brýle, které nejsou propojeny s počítačem, takže veškeré procesy probíhají v nich. Naši klienti z oblasti zdravotnictví, vzdělávání a sociálních služeb tak oceňují komfort při zprostředkování reality."

Blízkovýchodní ropné monarchie vstřebávají nové technologie velmi rychle

I když největší tržní zázemí společnosti stále představuje Česká republika, zákaznická komunita jí utěšeně roste také v zahraničí. Silnou pozici si Inovátor roku 2023 získal v Německu a Rakousku, své partnery našel rovněž v Maďarsku, Itálii, Nizozemsku, USA a Brazílii.

„K prezentaci ve světě využíváme všech dostupných kanálů ekonomické diplomacie – veletrhů, výstav, konferencí a podnikatelských misí v doprovodu státních představitelů. Nedávno jsme s prvním náměstkem Ministerstva průmyslu a obchodu Janem Kavalírkem znovu navštívili Spojené arabské emiráty, kde si nás vybral za partnera jeden z největších holdingů operující v oblasti zdravotnictví a informačních technologií, společnost M42. Již proběhla jednání s konkrétními partnery o softwarech pro trénink pracovníků jednotek intenzivní péče a pro paramediky, to znamená integrovaný záchranný systém,“ pokračuje Leoš Kubíček.

Představitelé blízkovýchodních partnerů na řešeních Virtual Labu oceňují – podobně jako zákazníci z dalších zemí – několik faktorů. Kompatibilitu figurin různých výrobců a jejich různé velikosti (pro dospělé, juniory i batolata, což je u CPR unikátní) se softwarem, preciznost provedení a vyhodnocování efektivity tréninku. Výhodou produktů, které patří do kategorie zdravotnických pomůcek, jsou také méně náročné



Leoš Kubíček, ředitel a jednatel společnosti Holistic Management, spoluzakladatel a ředitel startupu Virtual Lab

schvalovací procesy než u léků a dalších zdravotnických přípravků.

„Za největší specifikum tohoto exportního teritoria bych označil resuscitační standardy. Část dotčených institucí se totiž řídí evropskými standardy a část americkými. Ačkoli mezi nimi panují jen minimální odlišnosti, připravujeme na základě požadavků zákazníků rovněž verzi v souladu s americkými normami.“ ■

TEXT: VĚRA VORTELOVÁ

FOTO: ARCHIV SPOLEČNOSTI VIRTUAL LAB



Každé pole je možné na základě velkého množství dat rozdělit na menší produkční zóny podle očekávané výnosnosti. Do každé z nich se tak aplikuje tolik hnojiv, osiv a pesticidů, kolik je třeba

Jan Semrád:

VESMÍRNÉ TECHNOLOGIE V ČESKÉM ZEMĚDĚLSTVÍ NEJSOU SCI-FI

„Investice do technologií nemají zákazníka finančně vyčerpat, ale dovést k prosperitě. Proto vymýšlíme smysluplná řešení společně s našimi klienty. Jsme ruce a agronom je mozek,“ vysvětluje Jan Semrád, jednatel rodinné technologické společnosti VARISTAR. Zabývá se zemědělstvím třetího tisíciletí.

„Systém variabilních aplikací Varistar je unikátní komplexností, jedinečnou úzkou vazbou se zákazníky, prokázanou provozní úsporou a pětadevadesátiprocentní kompatibilitou se zemědělskou technikou prakticky bez dalších investic. Naším cílem je sfúzovat obrovské množství dat, zpracovaných za pomoci umělé inteligence, s know-how zákazníka do platformy, díky níž se může co nejoptimálněji rozhodovat.“ Ne náhodou je tedy společnost VARISTAR nositelem prestižních ocenění, například v rámci programu Deloitte Technology Fast 50 CE 2020.

Zemědělství je tvrdý chleba

Zemědělství patří svou komplexností k nejsložitějším hospodářským odvětvím a zemědělci k nejkonzervativnější a nejopatrnější komunitě. Jana Semráda, manažera, zkušeného odborníka v oblasti IT a budování startupů, ani tyto skutečnosti neodradily. Po letech práce v IT, s minimálním povědomím o podnikání v zemědělství a vydělaným vstupním kapitálem se s manželkou rozhodl využít svého know-how a zkušeností ve vlastním byznysu. Mezi obory je zaujalo precizní zemědělství jakožto obor

s mimořádným technologickým i tržním potenciálem. Na základě osobních kontaktů se zemědělskými podniky a zpětné vazby začali vyvíjet systém variabilních aplikací Varistar, který klientům pomáhá optimalizovat rostlinnou výrobu.

„Agrární sektor v posledních letech zápasí s řadou problémů v oblasti environmentální regulace, s nedostatkem pracovníků, rostoucími náklady a daněmi a zejména potom klesajícím ziskem. Při návštěvách zemědělských podniků jsme si důkladně zmapovali potřeby potenciálních klientů a nabídli jí outsourcing

pokročilých technologií, šitých každému zákazníkovi na míru. Základem našeho řešení je sběr a zpracování satelitních dat a přidanou hodnotou spektrum dalších informací, například o bonitě půdy, pohybu vody v reliéfu krajiny, údaje z půdních rozborů, data z historických osevních plánů a podobně, které uvádíme do souvislostí. Výstupy v podobě takzvaných map relativního výnosového potenciálu (RVP) pak slouží jako podklad pro naše variabilní aplikace, jež účinně pomáhají klientům při jejich rozhodování.“

Více dat, větší přesnost a podrobnost

„V začátcích jsme využívali zejména snímky z volně dostupných zdrojů, jako je Landsat a Sentinel-2, nicméně ty se v průběhu času ukázaly pro naše účely jako nedostačující. Jsou sice zdarma, ale nezaručí nám potřebnou kvalitu podkladů. Posledních šest let používáme snímky z komerční satelitní konstelace PlanetScope se snímkováním každý den a zaručující vysoké rozlišení. Tyto snímky nejsou levné, ale když zákazníkům přinesou vyšší zisk na hektar, tak se určitě vyplatí. Do projektu jsme investovali částku ve výši sto milionů korun, disponujeme více než pěti sty poloprovozními pokusy v různých plodinách, každoročně zakládáme další, abychom získali aktuální data o přínosech systému Varistar, a v neposlední řadě do něj vkládáme prakticky nevyčíslitelnou veličinu – neomezený čas.“

Výsledným produktem celého vývoje a realizačního procesu je pak komplexní balíček Varistar, který zahrnuje nejen precizně zpracované mapy RVP pro variabilní hnojení, setí a aplikaci ochranných přípravků, ale také instalační služby, distanční, případně osobní servis, bezplatnou vzdálenou technickou podporu a v neposlední řadě zaškolení, konzultace a poradenství. Kromě toho společnost zájemcům nabízí zdarma také vlastní hardware, jako jsou vyspělé terminály Varistar One a Varistar Direct.

Primární invence přichází od klientů

„V Evropě je agronomie a agrotechnika obecně na velmi dobré úrovni, ale zůstáváme v digitalizaci. A není to jen o neochotě učit se nové věci. Na rozdíl od průmyslových subjektů nedisponují menší zemědělské podniky IT specialisty. Tomu musí odpovídat i náš prodejní model. Dodavatelům produktů materiální povahy stačí vytvořit si webové stránky s nabídkou zboží a kontakty, zlokalizovat je pro cílové teritorium, vytvořit si doménu a mohou prodávat. Náš koncept je mnohem složitější. Než začneme napřímo prodávat, musíme na každém trhu vytvořit informační a konzultační infrastrukturu, která bude klienty podporovat. Vývoji každé funkcionality vždycky předchází zevrubná znalost potřeb zákazníka. Postupně jsme si vybudovali skvělý tým vývojářů a techniků, díky nimž jsme vyvinuli vlastní elektroniku, která umožní

VARISTAR s.r.o.

Rodinná firma roku AMSP ČR 2025 Kategorie Malá firma 1. místo

Jako technologický startup ho v roce 2017 založili manželé Ing. Jan Semrád a Ing. Martina Semrádová. Společnost se specializuje na vývoj a prodej služby pro precizní zemědělství, konkrétně pro variabilní aplikace. V současnosti svými produkty pokrývá teritorium ČR a SR. Zaměstnává 25 pracovníků a její loňský obrát činil asi 30 milionů korun. V roce 2020 se VARISTAR stal součástí inkubátoru ESA BIC Prague.

www.varistar.cz

využívat naši službu i u starší zemědělské techniky. Není vždy nutné investovat do nových strojů.“

Záhy po vstupu firmy na trh jí rostla zákaznická báze zhruba o 250 procent ročně. Poslední dva roky se zemědělský sektor pere s řadou vnitřních strukturálních problémů a s dopady změn v dotační politice EU, což se dočasně promítá i do prodejní křivky společnosti. „Přicházíme za zemědělci s perspektivním řešením, které se již osvědčilo. Proč být odkázán na dotace, když naše technologie precizního zemědělství přináší na hektar dvaapůlkrát tolik?“

Expanze

Zárukou přežití ve smyslu podnikatelském i obecně lidském je neustálý vývoj. „Naše produkty jsou výsledkem dlouhodobého úsilí zapáleného týmu vynikajících odborníků a svými přednostmi přesvědčily stovky zákazníků. Naší ambicí je udržet si vůdčí pozici na českém a slovenském trhu a s Varistarem a dalšími připravovanými řešeními expandovat do zemí s podobnou zemědělskou strukturou,“ uzavírají manželé Semrádovi. ■

„Firmu jsme stavěli od nuly – kromě krátkého období na začátku – jen sami dva. Když jsme přijali prvního pracovníka, strašně jsme slavili. Období, kdy všichni dělali všechno, co bylo právě potřeba, bylo náročné, ale taky jsme se spoustu věcí naučili,“ říkají manželé Martina a Jan Semrádovi



TEXT: VĚRA VORTELOVÁ

FOTO: ARCHIV SPOLEČNOSTI VARISTAR

Katarína Kurucová:

KOMERČNÍ BANKA MUSÍ BÝT OPĚT ETALONEM KORPORÁTNÍHO BANKOVNICTVÍ. BANKOU ČESKÉHO BYZNYSU

Do nejužšího vedení Komerční banky a čela korporátního a investičního bankovníctví nastoupila v létě Katarína Kurucová. Tato velmi energická žena patří k lídrům bankovního byznysu a právě na poli korporátního bankovníctví se jí na Slovensku podařilo získat důvěru klientů a během necelých čtrnácti let více než ztrojnásobit obchodní bilanci bratislavské pobočky KB, v jejímž čele stála. „Na Slovensku jsme byli malou bankou s produktově úzkým zaměřením na větší firmy. A tak naši ambicí, kterou jsme beze zbytku naplnili, bylo být pro ně dobrou dvojkou. Komerční banka v Česku hraje samozřejmě úplně jinou ligu. Ráda bych, aby se nám ji podařilo vrátit do čela, aby se stala opět první dámou českého byznysu,“ tímto přáním začíná náš rozhovor.

„NEEXISTUJE NIC, CO BY PŘINÁŠELO VÍCE EFEKTIVITY A ZADOSTIUCINĚNÍ NEŽ TO, KDYŽ LIDEM UKÁŽEME, ŽE SE O NĚ SKUTEČNĚ ZAJÍMÁME.“

DALE CARNEGIE

Do čeho směřujeme energii, to roste

Doba, kdy Komerční banka byla v oblasti korporátu v Česku jedničkou, není tak dávná. Proč si myslíte, že tuto pozici ztratila? A na čem stavíte svoji vizi vrátit ji do čela?

Řekla bych, že KB si vizitku jedničky korporátního bankovníctví odpracovala a zasloužila a v určitých firemních kruzích ji stále má. Ovšem je také pravda, že za posledních pár let její pozice v tomto ohledu oslabila. Proč se tak stalo? Banka procházela interně složitým a komplexním transformačním procesem, děly se velké změny, ať už v samotné organizační struktuře nebo v cílení velkých investic, například do nových technologií, digitalizace, retailového segmentu. Při tak náročné transformaci přenastavuje každá organizace směřování energie.

Chce totiž, aby změny byly efektivní, rychlé, hlídá jejich implementaci a výsledný efekt. Je tedy přirozené, že energie dominantně míří k tomu, co se transformuje. U těch částí organizace, jichž se proces netýká, se nějak automaticky předpokládá, že budou fungovat dál ve standardním výkonu.

To bohužel platí jen omezený čas. A tak se stalo, že jsme úplně nezachytili moment, kdy byl náš korporát na špičce a ještě jel na autopilota. Mezitím se nedostatek energie stihl projevit a jiné bankovní domy toho samozřejmě využily a ukrojily nám z našeho koláče.

Můžete vyčíslit, kolik procent výnosu vaší banky tvoří korporátní klienti nyní?

Uvádí se číslo čtyřicet procent, a to není vůbec málo. Navíc za těch pár měsíců

vnímám, že nějakou formu vztahu má naše banka minimálně s polovinou firem v této zemi. Ne všude jsme hlavní banka, ale nějaká služba od nás tam je. A to je úžasné! Pokud se nám podaří sem znovu nasměrovat energii, je velmi reálné tuto základnu rozvinout, zhodnotit a přetavit v růst.

Jednoduše řečeno, jako svůj hlavní úkol vnímám změnit mindset a resetovat vnímání významu korporátních klientů v KB, což předpokládá samozřejmě trpělivý dialog i směrem k mateřské Société Générale. Obrovská transformace, kterou KB realizuje a je ve vrcholném stadiu v retailových segmentech, nám nesmí brát sílu, chuť, motivaci a jiskru pro budování naší pozice v korporátním bankovníctví.

Trojlístek kvalita, cena a lidský přístup

Máte nějaký recept na to, aby si klient vybral právě Komerční banku? Co myslíte, že je v tomto směru pro šéfy firem nejdůležitější? Kvalita, cena nebo osobní lidský přístup?

Krásně jste to vyjmenovala. Podle mne je to tento trojlístek. Jedno bez druhého nefunguje a musíte to umět nabídnout zároveň. Na Slovensku se o nás vědělo, že naše služby nejsou nejmodernější, ale dokážeme klienta vyslechnout a dát mu přidanou hodnotu. A taky ho neopustíme v době, kdy udělá chybu, protože i to se může stát. Měli jsme jeho důvěru.

”

KOMERČNÍ BANKA
MÁ NĚJAKOU FORMU
OBCHODNÍHO VZTAHU
S MINIMÁLNĚ POLOVINOU
FIREM V ČESKU.

Korporátní klient je náročný klient. Vyžaduje vysokou kvalitu za přiměřenou cenu, která musí být konkurenceschopná. Osobní přístup bankovního poradce je třešnička na dortu. Pokud kvalita a cena fungují ve správném poměru, nastupuje provider. Přidaná



Katarína Kurucová, členka představenstva Komerční banky zodpovědná za korporátní a investiční bankovníctví. Je absolventkou City University, Bellevue, USA, v oboru Business Administration. V bankovníctví působí na řídicích pozicích dvě desetiletí, čtrnáct let byla generální ředitelkou pobočky Komerční banky na Slovensku, která se soustředila na korporátní byznys

hodnota je blízkost ke klientům a porozumění jejich specifikům, otevřená komunikace a rychlý schvalovací proces. Vztah by měl být velmi partnerský. Čím větší firma, tím to platí víc. Umět naslouchat s porozuměním a určitou mírou pokory k přáním klienta je strašně důležité, hlavně v tak přelomovém období, v jakém žijeme.

Na Slovensku se vaše vize naplnila do puntíku. Na co sázíte v Česku?

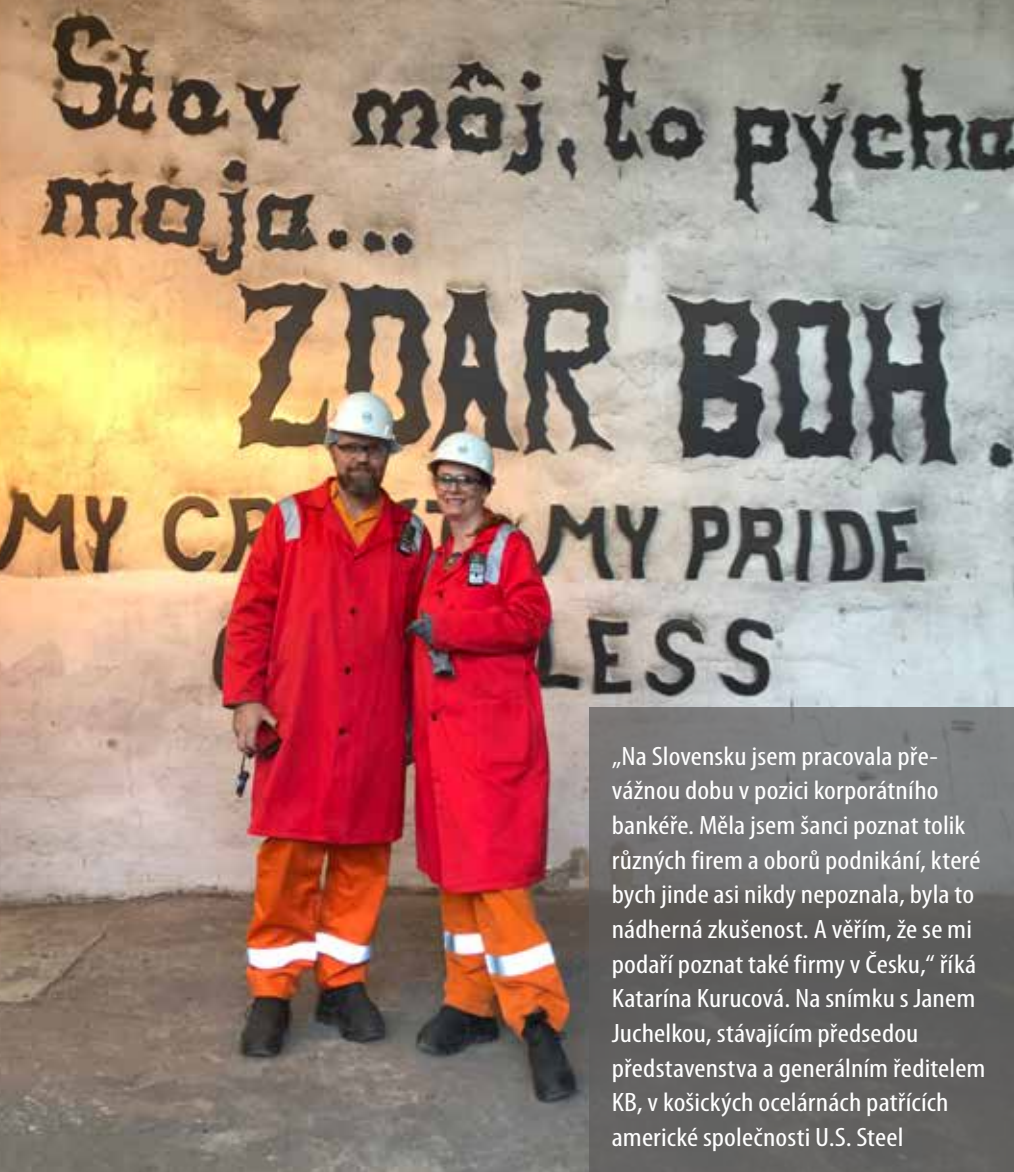
Některé věci už jsem zmínila, ale ráda bych zdůraznila, že spoléhám především na své kolegy, které už jsem stihla poznat jako tým srdcařů. Chtějí dělat korporátní byznys, chtějí dodávat klientům řešení a umí jim naslouchat. Mají na to být lepší než konkurence a neztratili chuť se s ní měřit, a to je za mne ta nejsilnější karta. Mou úlohou je získat si i jejich důvěru a budovat soudržný tým. Třeba tím, že se svým lidem budu snažit

ulehčit způsob prodeje u klienta interním zjednodušením procesů díky lepšímu porozumění mezi naší centrálou v Paříži a Prahou. Protože ty opravdu velké obchody s velkými firmami schvalujeme venku a potřebujeme, abychom si vzájemně rozuměli.

Příběh KB na Slovensku a v Česku je jiný. Důvěra klienta však zůstává alfou a omegou

Před pár měsíci jste na Slovensku opustila velmi dobře fungující pobočku KB, kterou jste se svým týmem čtrnáct let budovala. Co z tamního byznysu můžete aplikovat u nás?

Hned na začátku je nutné říct, že příběh KB na Slovensku a v Česku je hodně jiný. Slovenská KB neměla v první



„Na Slovensku jsem pracovala převážnou dobu v pozici korporátního bankéře. Měla jsem šanci poznat tolik různých firem a oborů podnikání, které bych jinde asi nikdy nepoznala, byla to nádherná zkušenost. A věřím, že se mi podaří poznat také firmy v Česku,“ říká Katarína Kurucová. Na snímku s Janem Juchelkou, stávajícím předsedou představenstva a generálním ředitelem KB, v košických ocelárnách patřících americké společnosti U.S. Steel

dekádě tohoto století pěknou reputaci. Způsobila to jednak finanční krize, ale také to, že to byla relativně malá banka s malým počtem klientů jak v retailu, tak korporátu, dělala všechno a trochu se na trhu potácěla. Proto se v roce 2010 rozhodlo transformovat ji na banku s úzkým zaměřením na korporátní klienty, větší firmy. Následovalo bolavé období zavírání poboček, propouštění lidí. Nastoupila jsem tam v roce 2011, tehdy jsme měli roční bilanci 300 milionů eur úvěrů, když jsem odcházela, přesáhla bilance miliardu eur úvěrů. To vše v malém týmu pětácti zaměstnanců, který fungoval na bázi rodinné firmy. KB v Česku je velký korporát s ohromnou šíří produktů a mnohatisícovým týmem lidí. Tedy už jen způsob interní komunikace a velikost agendy jsou diametrálně rozdílné.

Přesto si myslím, že značné spektrum zkušeností je přenositelných. Slovensko a Česko jsou velmi propojené trhy, takže část firemních klientů spolupracuje s Komerční bankou v obou zemích. Pro určitou klientelu může být dále plus, že jsme jedinou bankou na trhu s francouzskou matkou. Hlavní zkušenost, kterou jsem si vzala s sebou, je však nastavení přístupu ke klientům, skutečnost, že tam i tam je musíme přesvědčit, že partnerství s KB pro ně má smysl a že nám mohou věřit.

Jak na vás zatím stihlo zapůsobit české podnikatelské prostředí?

Ohromně pozitivně! Vidím fungující ekonomiku, velmi silnou podnikatelskou komunitu, která zahrnuje jak velké podniky, tak bohatou základnu

středních i menších rodinných firem rozestých po celé zemi, všímám si, že se u vás kontinuálně etabluje zahraniční kapitál. Vnímám to i díky tomu, že na Slovensku je situace mnohem horší a složitější. A mrzí mne, že to, co vidím já, vaše úspěchy a krásu a bezpečnost vaší země, vy nevidíte – a často slyším dokonce kolem samou kritiku. Myslím, že kdybyste se dokázali na věc podívat s větším nadhledem, mohli byste si užít radost z toho, co všechno se vám podařilo vybudovat, protože jste velmi pracovitý a kreativní národ.

”

UMĚT FIREMNÍM
KLIENTŮM NASLOUCHAT
S POROZUMĚNÍM
A URČITOU MÍROU
POKORY K JEJICH
PŘÁNÍM. TO MUSÍ BÝT
NAŠE HLAVNÍ PŘIDANÁ
HODNOTA.

Těším se na to, že se mi podaří proniknout do českého korporátního prostředí a budu mít se svým týmem příležitost přesvědčit vaše kapitány průmyslu o tom, že Komerční bance mohou důvěřovat. Že bude zase jejich první volbou. ■

S KATARÍNOU KURUCOVOU HOVOŘILA JANA JENŠÍKOVÁ

FOTO: ARCHIV KB A K. KURUCOVÉ

You can also read this article
in English on itradenews.cz





Příběh vášně, tradice a krásy

Když se řekne český granát, většina lidí si vybaví sytě rudý kámen, který přitahuje světlo i pohled. Pro nás však znamená vášeň, tradici a krásu.

Jsme Granát, d.u.v., Turnov, a už více než 70 let vyrábíme šperky s českými granáty, které představují precizní řemeslo s moderním designem. Každý náš šperk, od těžby českého granátu až po jeho finální podobu, vzniká v našich dílnách v srdci Českého ráje.



Český granát & diamant

Přinášíme vám nové zlaté a stříbrné kolekce s českým granátem i diamanty:

DESIRÉ – sebevědomé, jemně svůdné linie. Svěží design, který osloví ženy všech generací.

PURE – minimalistický styl a harmonie. Pro ženy, které dávají přednost nadčasové eleganci.

TOUCH – přirozená krása broušených granátových kuliček.

Moderní pojetí klasiky s českými granáty.

Každý šperk doprovází certifikát pravosti a nese naši pečť kvality a tradice.



Luxusní soupravy – investice do krásy

Pro náročné klienty nabízíme luxusní zlaté soupravy, které nejsou jen elegantním doplňkem, ale i hodnotnou investicí. Kombinace zlata a českého granátu nebo diamantů činí z našich souprav prémiový produkt, který představuje výjimečný vánoční dárek.

Navštivte naše prodejny nebo e-shop www.granat.cz

Kontakt: obchod@granat.cz | T: +420 481 357 216

Granát, d.u.v., Turnov | Výšinka 1409, 511 01 Turnov | www.granat.cz



Více:





Filip, Adam, Lucie a Radomír Klofáčovi symbolicky zapouštějí kořeny v novém areálu firmy MORIS design v Černíkách

Adam Klofáč:

TRENDY NESLEDUJEME, ALE VYTVÁŘÍME

V novém areálu společnosti MORIS design v Černíkách vysadili majitelé firmy platany: její zakladatel Radomír Klofáč a Adam, Filip a Lucie, jeho tři děti. Symbolicky začali u kořenů, a vyjádřili tak růst, stabilitu a pokračování rodinného podnikání. V této firmě se nic neděje náhodou, a tak i rozestupy mezi stromy jsou 107 decimetrů. „Protože sedmička je naše číslo. A 107 procent je náš styl. Protože právě těch sedm navíc dělá rozdíl,“ říkají. Společnost letos již podruhé získala medailové ocenění v projektu Rodinná firma roku pořádaném AMSP ČR, a to v kategorii Střední firma.

Nekopírujeme ostatní

MORIS design je dnes největší českou firmou v oboru retail designu bez zahraničního kapitálu. S obratem 828 milionů korun, týmem 150 profesionálů a vlastním areálem o rozloze 60 tisíc metrů čtverečních představuje silného hráče, který dokáže pokrýt celý proces, od návrhu přes výrobu až po realizaci na místě. A právě kompletním servisem pod jednou střechou spolu z generace na generaci předáváním smyslem pro detail, kvalitu a obchodní efekt u svých zákazníků vítězí.

Skutečnost, že klíčem k úspěchu je rozumět svému zákazníkovi, si Radomír

Klofáč dobře uvědomoval od samého počátku: „Nikdy jsme se nesnažili kopírovat ostatní. Naší filozofií je přemýšlet jako klient, pochopit jeho byznys a vytvořit řešení, které mu přinese skutečný výsledek. Každý náš projekt musí dávat smysl především jemu.“

Mezi partnery této ryze české rodinné firmy patří značky jako Teta, Kaufland, O2, Super zoo, AURES Holdings, Tesco či Guerlain. Konkurence v oboru je silná jak mezi českými, tak zahraničními firmami, jim se ale stále daří ji porážet. MORIS design je dnes exportně orientovanou firmou, jejíž výrobky a vybavení prodejen najdete už ve více než 45 zemích světa, od Evropy přes USA

až po Austrálii a Čínu. Také na zahraničních trzích staví na tom, čím se vždycky odlišovali, tedy na kombinaci kreativity, technické preciznosti a spolehlivosti v dodávkách. V dnešní době, kdy se mění trhy i chování spotřebitelů, sázejí na flexibilitu a vlastní vývoj a všechny klíčové profese shromáždili pod jednou střechou v novém výrobním areálu v Černíkách.

„Naší výhodou je, že máme celý proces pod kontrolou, od první skici až po montáž. Díky tomu jsme pro klienty spolehlivým partnerem, nejen dodavatelem,“ vysvětluje Adam Klofáč. „MORIS dnes stojí na pevných hodnotách, které nám předal táta, jako je férovost, respekt

a chuť překonávat vlastní limity. Tyto principy z nás udělaly značku, která ob stojí i na mezinárodní scéně," doplňuje Filip Klofáč.

Emoce a funkčnost – ty prodávají

Zaslouženě jsou v MORIS design hrdí na úspěšně realizované projekty Teta a Super zoo. Oba prý totiž skvěle ukazují, jak promyšlený design a důsledná realizace mohou změnit zákaznickou zkušenost i obchodní výsledky.

V případě Teta drogerií šlo o komplexní rebranding více než 850 prodejen po celé České republice. Aby dokázali každý detail dotáhnout k dokonalosti, postavili ve své hale plně funkční testovací prodejnu, kde potom půl roku ladili materiály, osvětlení i tok zákazníků. Zpětně jsou dnes přesvědčení, že právě díky této přípravě zvládli tak obrovský projekt v krátkém čase a bez kompromisů v kvalitě.

Dalším strategickým projektem byly prodejny Super zoo. Cílem bylo vytvořit prostor, který bude působit přívětivě, čistě a zároveň bude podporovat prodej. Nový design přinesl jasnější orientaci, lepší prezentaci sortimentu i přirozenější pohyb zákazníků po prodejně. Výsledek mluví sám za sebe, po rebrandingu vzrostly tržby o 27 %.

„Zákazníci dnes chtějí víc než pěkný interiér – chtějí prožitek, emoci a funkčnost. A to je přesně to, co do našich projektů vkládáme," říká Adam Klofáč.

Rodinná firma je o srdci

Mezi nejtěžší, ale zároveň nejdůležitější okamžiky v životě každé rodinné společnosti bezesporu patří předání vedení firmy další generaci a ani Klofáčovi v tomto směru nebyli výjimkou. Klíčem k úspěchu prý byla otevřená komunikace, důvěra a jasná představa o tom, že firma musí žít dál, nezávisle na jedné osobě.

„Od začátku jsem věděl, že MORIS design nechci jen předat, ale chci, aby dál rostl. Adam a Filip vyrostli v prostředí firmy, znají její DNA a hodnoty, na kterých stojí. To, že ji dnes vedou, považuji za svůj největší profesní úspěch," svěčuje se Radomír Klofáč.



Adam Klofáč, CEO a spolumajitel společnosti MORIS design
Radomír Klofáč, zakladatel, spolumajitel a CEO společnosti
Filip Klofáč, spolumajitel a výrobní ředitel společnosti

Ze startupu o dvou lidech vybudoval Radomír Klofáč postupně lídra trhu s týmem zhruba 150 spolupracovníků a obratem 828 milionů korun. Jeho schopnosti a poctivý přístup k práci, vyjádřené v heslu „Tvoříme prostory, které prodávají“, mu v roce 2009 přinesly ocenění „Krizi navzdory“ a opakovaně i titul Marketér roku. Nejnověji získal tento titul v roce 2021 i jeho starší syn Adam za unikátní koncept prodejen Super zoo. Skutečnost, že dnes se oba synové při vedení společnosti řídí stejnými rodinnými hodnotami, považuje Radomír Klofáč za svůj největší úspěch. A do rodinného podnikání se plánuje zapojit i dcera Lucie, která je zatím studentkou designu

Proces předání probíhal postupně. Už několik let před samotným převzetím začali oba synové přebírat zodpovědnost za jednotlivé divize, budovat své týmy a formovat směřování firmy. „Táta nám dal svobodu dělat věci po svém, ale zároveň nás naučil, že úspěch nikdy nepřichází bez práce a pokory. Jeho zkušenosti jsou pro nás stále neocenitelné," popisuje prožitou zkušenost Filip Klofáč.

Dnes má Radomír Klofáč především roli mentora a strategického poradce, stojí

po boku svým synům, sleduje další rozvoj společnosti a pomáhá tam, kde je potřeba. „Přebraли jsme firmu, která měla silné jméno, ale cítili jsme zodpovědnost ji posunout dál. Naším cílem je zachovat rodinný charakter a zároveň přinášet inovace, které ji udrží v čele oboru," doplňuje Adam Klofáč.

V MORIS design se shodnou na tom, že rodinná firma má duši. To je podle Klofáčových hlavní rozdíl oproti korporacím, kde často rozhodují víc čísla



Proměna drogerií Teta patří mezi přelomové projekty společnosti MORIS design



Showroom Mototechna Kolbenova je první samostatná pobočka značky a její vlajková loď



Moderní 24/7 prodejna Fanbutik AC Sparta Praha



Oceňovaný design prodejen Super zoo je stále rozšiřován o nové prvky

než lidé. Ve své firmě společně usilují o pravý opak: aby na prvním místě stály vždycky hodnoty, vztahy a zodpovědnost vůči lidem. „Rodinná firma je o srdci. Každé rozhodnutí děláte s vědomím, že se dotýká lidí, které znáte jménem, a že nesete odpovědnost za něco, co jste sami vybudovali,“ vysvětluje Radomír Klofáč. Zkušenosti zároveň ukázaly, že rodinný přístup přináší i větší stabilitu a flexibilitu. Všichni na vlastní kůži zažili, že v krizových chvílích se tým dokáže semknout, rychle rozhodovat a táhnout za jeden provaz.

Co přinese budoucnost?

Cílem je i nadále posilovat pozici nejvýznamnější české firmy v oblasti retail designu – a zároveň být partnerem, který určuje směr celého trhu. MORIS design chce dále rozvíjet vlastní vývoj, moderní technologie a výrobu, aby si klienti mohli být jisti, že zde dostanou všechno pod jednou střechou – od nápadu až po instalaci.

Celý retail dnes prochází výraznou proměnou, jedním z trendů je budování samoobslužných nebo hybridních prodejen 24/7, které budou přibývat i v Česku. „Budoucnost obchodu vidíme v propojení designu, technologie a emocí. Prodejny se budou dál měnit – od klasických pultů k samoobslužným a hybridním formátům 24/7, které zákazníkům nabídnou maximální pohodlí,“ předvídá Adam Klofáč. MORIS design už dnes spolupracuje na projektech, které spojují AI, chytré senzory a bezobslužné zóny, typickým příkladem je samoobslužný Fanbutik AC Sparta Praha na Letné.

Komerční banka nám rozumí

Součástí příběhu společnosti jsou samozřejmě všichni firemní klienti, partneři a zaměstnanci, jichž si Klofáčovi velmi cení. Dobře si totiž uvědomují, že bez jejich důvěry, nasazení a kreativity by žádný z úspěšných projektů nemohl vzniknout. „V podnikání je klíčové mít za sebou partnery, na které se můžete sto procentně spolehnout. Jedním z takových je pro nás bezesporu Komerční banka, s níž spolupracujeme už řadu let. Vnímáme ji jako stabilního a spolehlivého partnera, který rozumí potřebám firem, jež chtějí růst. Vážím si jejich profesionálního přístupu, rychlého jednání a osobního nasazení, díky



MORIS design s.r.o.

**Rodinná firma roku
AMSP ČR 2025
Kategorie Střední firma
2. místo**

Česká rodinná firma založená roku 1997. Dnes je jedničkou na trhu a realizuje kompletní řešení pro obchodní prostory, kanceláře a další komerční interiéry (včetně exteriérů), od návrhu přes vývoj, testování a výrobu až po samotnou instalaci. Jedním ze zlomových okamžiků jejího vývoje byla zakázka pro síť drogerií Teta – rebranding 850 poboček po celé České republice. Od letošního roku funguje ve vlastním moderním výrobním areálu ve středočeských Černíkách, kde pod jednou střechou spolupracuje kompletní výroba, vývoj a administrativa.

Designová řešení společnosti získala již přes 90 mezinárodních ocenění za kreativitu, design a technické zpracování. Letos byla již podruhé oceněna titulem Rodinná firma roku. MORIS design pravidelně realizuje projekty v celé Evropě a své výrobky exportuje do 45 zemí celého světa.

www.moris.cz

němuž můžeme realizovat i velmi rozsáhlé projekty bez zbytečných průtahů,“ říká Radomír Klofáč. „Služby KB bychom doporučili každé firmě, která hledá kombinaci jistoty, flexibility a individuálního přístupu – hodnot, které jsou nám v MORIS designu blízké.“ ■

TEXT: MARTINA HOŠKOVÁ

FOTO: ARCHIV SPOLEČNOSTI MORIS DESIGN

nanoSPACE®

Na velikosti záleží.

Největší eshop s nanotechnologickými produkty v ČR.

www.nanospace.cz

inzerce



VIRTUBEA

Reálné zážitky v bezpečném prostředí virtuální reality

EFEKTIVNÍ A ZÁBAVNÉ VZDĚLÁVÁNÍ VE VR



virtubea.cz

inzerce



OBALY,
KTERÉ DÁVAJÍ SMYSL

hitoffice.cz

Jsme HIT OFFICE

česká rodinná firma s třicetiletou tradicí.

Vyrábíme papírové gastro obaly a archivační potřeby.
Zakládáme si na kvalitě a věříme, že věci je třeba dělat správně.
Naše obaly jsou odpovědné, funkční a přátelské k přírodě – stejně jako my.





Ruční výroba v pražských Řepích, odkud čokoládové pochoutky putují do evropských zemí, ale také do Japonska nebo USA

PODNIKÁNÍ PRO RADOST A Z LÁSKY

„Každý den se posouváme směrem k lepšímu byznysu stejně jako k tomu být lepším člověkem,“ říká Petr Kovařík, spolu se Silvií Steinerovou majitel společnosti Pražská čokoláda. V letošním roce je tato zásada vědomého podnikání přivedla na domácí půdě k ocenění Rodinná firma roku a za hranicemi České republiky do Bolívie k tradičnímu pěstování původních kakaových bobů v tamní džungli.

V meziválečném období patřila Československá republika ke světové čokoládové špičce – a na tuto slavnou etapu dějin kakaa a čokolády v našich zemích se Silvie Steinerová a Petr Kovařík rozhodli navázat. Když si v roce 2005 Silvie uvědomila, že už ji nebaví pracovat na projektech jiných a touží si dělat věci po svém pro radost svou i okolí, netušila, kam až ji tato touha zavede. „Mým posláním na tomto světě je rozdávat radost. A čokoládou ji můžu rozdávat mnoha lidem,“ usmívá se.

Její čokoládový příběh odstartoval vzkříšením legendární cukrovinkářské značky Nachfolger, jejíž historie sahá až do roku 1888. Kvalitní čokoládové produkty s pražskými motivy si mezi zahraničními návštěvníky Prahy rychle získaly oblibu.

To pravé osudové setkání ovšem přichází o šest let později, kdy na scénu vstupuje Petr Kovařík. Jde o lásku na první pohled a posléze hluboké partnerství fungující v rovině osobní i pracovní. Rodí se premióvá značka Steiner & Kovarik.

Během následujících let se do podnikání postupně zapojují další rodinní příslušníci, firma se rozvíjí, získává zkušenosti a utvrzuje se v názoru, že pouze vlastní produkce zajistí špičkovou kvalitu a servis. Vlastnoručně vyvinuté receptury slaví úspěch. Společnost v roce 2014 otevírá pod Pražským hradem první obchod Pražská čokoláda, přicházejí první ocenění mezinárodního formátu Great Taste Awards a Pražská čokoláda míří dál do světa, mimo jiné i do náročného Japonska.

Čokoládový příběh nezpřetrhal ani covid

„Už od počátku našeho čokoládového příběhu máme velký sen: sdílet svou vizi o kvalitní a povznášející čokoládě s co největším počtem lidí. Tuto vizi chceme se srdcem na dlani představit světu – a kvalita je zde nevyhnutelnou nutností,“ vysvětluje Petr a Silvie pokračuje: „Pro určitou chuť, kterou chceme ve své čokoládě vytvořit, je naprosto elementární proces zpracování kakaa. A ještě předtím samozřejmě kvalita suroviny, to znamená, o jakou odrůdu kakaovníku se jedná, kde je vypěstovaná a jakým způsobem.“

V roce 2018 proto Silvie s Petrem spouští vlastní bean to bar výrobu

z kolumbijských kakaových bobů pod názvem Aluna, s níž mohou směle konkurovat zahraničním značkám. V následujícím roce se výroba stěhuje do nových prostor v Praze-Řepích a budoucnost vypadá zářivě. Vše se ale rázem změní, když v roce 2020 na celý svět udeří covidová pandemie. Pražská čokoláda bojuje o přežití, většina zaměstnanců čelí propuštění a majitelé jsou nuceni zachránit se půjčkou. Přesto se i v této době snaží přinášet radost a prostřednictvím své promo akce rozdávají zdravotníkům, hasičům a dalším exponovaným profesím čokolády v hodnotě několika milionů korun.

Fénix mří do Bolívie

O roku 2023 hovoří oba chocolatiéři jako o době firemního vstávání z popela. Pražská čokoláda po covidu opět chytá druhý dech, mimo jiné začíná vyvážet své výrobky do USA. Ke svému podnikání přistupují se stále stejnou pečlivostí a zodpovědností. „Kakaové boby kupujeme přímo z rodinných či kmenových farem v Bolívii, Kolumbii a Guatemale. Za kakao platíme přímo farmářům. Víme, že nepodporují otroctvou ani dětskou práci, a díky vyšší ceně, ze které jde část zpět do kultivace plantáží, není třeba kácet pralesy,“ popisuje realitu Petr.

Jejich poctivá cesta hledání té nejlepší čokolády je nakonec nevyhnutelně přivedla až k myšlence pěstování vlastních kakaových bobů. Rok se s rokem sešel a loni se Silvie s Petrem stali hrdými vlastníky kakaové plantáže v bolivijské džungli. „Šli jsme pořád hlouběji a hlouběji, co nejvíc to jde, až teď úplně ke kořenům. Hlubší kořeny už najít nemůžeme,“ glosuje Silvie.

Amazonská část Bolívie je kolébkou kakaa, jedna z mála oblastí, kde ještě



Mezinárodní čokoládový příběh píší Silvie Steinerová a Petr Kovařík, majitelé společnosti Pražská čokoláda

můžeme najít úplně divoké kakao neboli Criollo, geneticky čisté odrůdy nešlechtěné člověkem, které dnes představují pouze zhruba 6% světové produkce. Silvie s Petrem budou pěstovat právě tyto vzácné Criollo kakaovníky, a to tradičním indiánským způsobem přímo v džungli spolu s ostatními původními rostlinami, mezi nimiž svým prvním 3 600 malým kakaovníkům pouze zajistili prostor. Zhruba za tři roky by mohli poprvé sklízet a zpracovávat přímo zde na místě.

„Jde o další prohloubení naší potřeby nabízet lidem něco přesahujícího. Něco, co jim dá víc než cukrovinka,“ shrnuje Petr. „Nechceme prodávat produkt, jehož původ nikdo neřeší. Proto jsme se rozhodli jít vlastní cestou.“ ■

TEXT: MARTINA HOŠKOVÁ

FOTO: ARCHIV SPOLEČNOSTI PRAŽSKÁ ČOKOLÁDA

Steiner & Kovarik Pražská čokoláda s.r.o.

Rodinná firma roku AMSP ČR 2025 Kategorie Malá firma 2. místo

Rodinná firma založená roku 2005 Silvií Steinerovou se zabývá výrobou, distribucí a prodejem čokolády. V roce 2011 přichází do společnosti i do rodiny Petr Kovařík a vzniká prémiová značka čokolády Steiner & Kovarik. V roce 2024 dosáhl obrát firmy s 27 zaměstnanci výše 82 milionů korun. Výrobna včetně vlastní bean to bar produktové řady čokolád Aluna sídlí od roku 2019 v pražských Řepích, odkud výrobky putují nejen do České republiky, ale i do celé Evropy, USA či Japonska. Ručně vyráběné produkty získaly řadu cen v prestižních soutěžích Great Taste a International Chocolate Awards. V letošním roce začíná Pražská čokoláda pěstovat své vlastní původní kakaovníky v Bolívii.

www.prazskacokolada.cz
www.steinerkovarik.com



Pavel Wiesner:

DOBŘÝ PŘÍTEL SE POZNÁ V KRIZI

UŽ TŘICET LET JISTÍME SVÝM KLIENTŮM ZÁDA

Za 30 let Česká podnikatelská pojišťovna (ČPP) vyplatila klientům téměř 96 miliard korun, ať už se jednalo o škody z autopojištění, vykradeného bytu nebo těžkého úrazu. Dnes na ni spoléhá přes 1,3 milionu klientů, je třetím největším poskytovatelem povinného ručení na českém trhu a v žebříčku pojišťoven se řadí do první pětky. Jaká byla cesta k těmto metám? Kulaté jubileum je příležitostí trochu zavzpomínat a připomenout si ty, kteří ČPP k úspěchům posunuli. A také prozradit vizi na další desetiletí. Hovoříme s generálním ředitelem pojišťovny Pavlem Wiesnerem.



Pavel Wiesner, generální ředitel ČPP, je s touto pojišťovnou spjatý bezmála čtvrtstoletí a podílel se na jejím budování. Jeho profesní kariéra je spojená s oblastí pojištění podnikatelů

Když si představím vaši třicetiletou cestu, první, co mě napadá:

za každou úspěšnou firmou stojí lidé, pojišťovnu nevyjímaje. Souhlasíte?

Přesně tak! A rád bych hned v úvodu zdůraznil, že i když si dnes budeme povídat převážně o několika klíčových osobnostech, v ČPP jsme jeden tým – a na úspěch nahlížíme touto optikou. Jsem hrdý na to, že se nám i v našich dnešních číslech, kdy máme okolo tisíce zaměstnanců po celé republice, daří budovat soudržný kolektiv, v němž je iniciativa vítána a lidé přebírají osobní odpovědnost.

**Jednoduchost a rychlost.
Být o krok před ostatními**

O tom určitě ještě budeme mluvit. Pojdme se však nyní vrátit do historie. Koho považujete za takového otce-zakladatele ČPP?

Je známo, že pojišťovnu založili společníci v čele s Pavlem Sehnalem v červnu roku 1995. U samotných začátků jsem ještě nebyl, ovšem pamatuji prvního generálního ředitele Vlastimila Navrátila – a právě toho bych označil



Ze zářijové oslavy 30 let ČPP u Křížkovy fontány na pražském Výstavišti: (zleva) Gerhard Lahner, člen představenstva VIG, Petr Žaba, místopředseda představenstva ČPP, Pavel Wiesner, předseda představenstva ČPP, Vladimír Mráz, zakladatel pojišťovny Kooperativa a předseda dozorčí rady ČPP, Eva Poláková, členka představenstva ČPP, Hartwig Löger, generální ředitel a předseda představenstva VIG, a Nicolas Mucherl, člen představenstva ČPP

za otce-zakladatele. S ním je spojený první větší milník na naší cestě, kterým byla demonopolizace povinného ručení v roce 2000. Tehdy pojišťovny získaly část z klientského kmene motoristů, a ČPP připadla čtyři procenta, což představovalo zhruba 200 tisíc klientů. Za Vlasty Navrátila jsme se stali trojkou na poli povinného ručení a tuto pozici držíme dodnes.

V čem byl jeho přínos? Jak byste vašeho prvního generálního ředitele charakterizoval?

Podle mne byl jeho přístup k budování pojišťovny geniální. Víte, pojištění je velmi složitý obor, přesahuje do různých oblastí, od ekonomiky přes právní stránku, marketing, IT...

Vlasta Navrátil usiloval o to, aby naše produkty složité nebyly. Aby je mohla uchopit široká veřejnost, aby se daly distribuovat přes co nejširší distribuční síť. Mohli jsme tedy začít spolupracovat s tehdy největšími distribučními sítěmi – Českou poštou a VZP. Zpočátku to bylo v oblasti pojištění majetku a odpovědnosti občanů, následovalo pojištění průmyslu a podnikatelů, proto jsme také měli a máme v názvu „podnikatelská pojišťovna“.

A další důležitá věc: s tou jednoduchostí souvisela rychlost. To, co u našich konkurentů trvalo desítky minut, muselo jít u nás co nejrychleji. Za jeho působení jsme byli první pojišťovnou v ČR, která v době, kdy většina používala tištěné nebo průpisné smlouvy, zavedla online systém na sjednávání pojistných smluv. Tento systém běží v inovované podobě vlastně dodnes.

Maximální efektivita a přidaná hodnota

Dá se říct, že už tehdy ČPP určovala trend. Na koho ještě rád vzpomínáte?

Klíčovou osobností byl zcela jistě Franz Kosyna, který k nám přišel v roce 2005, kdy jsme vstoupili do skupiny Vienna Insurance Group (VIG). Za jeho éry došlo ke značnému posílení kapitálu, což byl nutný předpoklad pro další růst a úspěšný rozvoj ČPP. Franz Kosyna působí ve skupině VIG stále, jsme v kontaktu a určitě mu stejně jako Vlastovi Navrátilovi patří poděkování.

A kdo další zanechal v historii ČPP nesmazatelnou stopu?

V roce 2008 nastoupil do pozice generálního ředitele Jakub Strnad, který k nám přišel z Kooperativy, jež je také součástí skupiny VIG. Kdybych měl pár slovy charakterizovat jeho éru: vizionář, který kladl důraz na maximální efektivitu a vysokou přidanou hodnotu pro naše klienty. Změnili jsme výrazně naši produktovou řadu a stál také za rozhodnutím využít marketingový potenciál postavíček Pat a Mat, které nás provázejí dodnes.

A určitě je na místě zmínit osobnost mého předchůdce, Jaroslava Besperáta, který byl v čele ČPP přes dvanáct let až do své náhlé smrti v roce 2022 a zasloužil se o její dynamický růst. Rád vyprávěl, jak do pojišťovny nastoupil v době velkých povodní v roce 2002 a byl jako obchodák hozený nejen obrazně rovnou do vody. Měl jsem to štěstí, že jsem ho v té roli, ale i v dalších až po generálního ředitele, zažil a úzce s ním spolupracoval. Jarda byl ohromný srdcař

4 principy fungování firmy podle zaměstnanců ČPP

- Přebíráme osobní odpovědnost.
- Klient je prioritou.
- Jsme jeden tým.
- Stále se zlepšujeme.

Medaile v roce 30. výročí ČPP

Pojišťovna roku

V pravidelné anketě pojišťovacích makléřů získala ČPP letos zlato v kategorii autopojištění, stříbro v pojištění průmyslu a podnikatelů a bronz za pojištění občanů. V kategorii životního pojištění obsadila čtvrté místo a nově získala také titul Tým upisovatelů roku.

Zlatá koruna

V této soutěži získala ČPP letos tři ocenění: zlato v podkategorii povinného ručení, stříbro za pojištění podnikatelů a bronz v kategorii neživotního pojištění za produkt Autopojištění Combi Plus IV.

a velký sportovec. Sportovní zásady se snažil předávat lidem v ČPP, prosazoval týmovost, férovost, a to jak uvnitř pojišťovny, tak i vztahu k našim klientům a partnerům.

Hovoříme stále o úspěších. Ale i pojišťovna je obrazně řečeno jen člověk, který dělá chyby. Vybavíte si něco, co jste udělali špatně? Co se u klientů nechytlo?

Zcela jistě tu byla i chybná rozhodnutí, to se určitě stalo a může stát. Chybami se člověk i pojišťovna učí. Vzpomínám si třeba na jedno strategické rozhodnutí, něco, s čím jsme přišli moc brzy, a to bylo pojištění kybernetických rizik. Začali jsme s ním někdy před osmi lety a nabízeli ho především středním podnikatelům. Produkt jsme měli vymyšlený ve spolupráci s jednou z největších světových zajišťoven, Swiss Re, od ní jsme převzali i know-how. Ale v té době nevznikla potřeba u klientů. Když navíc viděli seznam požadavků, který nám nastavil zajišťovatel, říkali, že když to všechno splní, tak už vlastně pojištění nepotřebují. Produkt jsme tedy přestali prodávat. Dnes už jsou kybernetická rizika pojistitelná, ale jsou na to speciální pojišťovny.

Můžete prozradit, na co vy osobně z té dlouhé historie ČPP nejraději vzpomínáte?

Hrozně rád vzpomínám na první roky, kdy to nebylo vůbec lehké, nebyli jsme tak dobře kapitálově vybaveni jako dnes a pojišťovnu vlastně nikdo neznal. Každému bych přál zažít, jak jsme chodili ke klientům a představovali jim naše služby, jak jsme jednali s makléři, kteří s námi dosud nespolečně pracovali – a museli jsme je přesvědčit, že jsme pro ně ten pravý partner. To byla ta největší škola, budovali jsme něco od nuly.

Ti, kteří k nám přišli později a přijdou dnes, jsou o toto ochuzeni. Jdou do dobře fungující velké společnosti, která má vynikající renomé. Budování od nuly se už nezopakuje.

Pojišťovnu utvářejí přání a potřeby klientů

Vraťme se do současnosti, k vaší první odpovědi, tedy k vašemu týmu, který cíleně budujete tak, aby byl hlavní ingrediencí vedoucí k úspěchu. Jaké jsou ty další důležité?

Určitě náš úhel pohledu na klienta a komunikace s ním. Za ta léta nám přešlo do krve, že je pro nás středobodem vesmíru. Je důležité vědět, co si o nás myslí, co skutečně reálně potřebuje. Dnes se

svět mění tak rychle, že naše produkty, které odrážely klientovy potřeby ještě nedávno, nemusí jeho očekávání splňovat i dnes.

”

KLIENTI ŽIJÍ
S POJIŠŤOVNOU A STEJNĚ
TAK ČPP ŽIJE S KLIENTY.

Co si myslíte, že dnes klient na vás nejvíc ocení?

Okamžitou zpětnou vazbu, rychlost a nápomocnost. Čeká, že mu pomůžeme v krizové situaci v reálném čase, tedy v době, kdy je nejvíc ve stresu – a v ideálním případě za něj problém vyřešíme. Takto to dlouhodobě funguje u našich asistenčních služeb Global Assistance pro motoristy, které mnoho z vašich čtenářů již jistě využilo. Ovšem uvažujeme v daleko širších intencích, asistenci nabízíme i k dalším produktům, budujeme smluvní síť specialistů z různých profesí a řemesel, kteří mohou odstranit i škody na majetku, tedy nejen akutní problém. I v tomto případě se však řídíme tím, co od nás klienti skutečně chtějí. V Praze a větších městech jsou tyto služby vítány, v menších městech a obcích si klienti raději opravují věci sami, nebo využijí služby někoho, koho znají, a my jim pouze zaplatíme škodu.

Nakonec se nabízí otázka: jak vidíte pojišťovnu za deset let, až budete slavit další kulaté jubileum?

Budujeme nový core systém, budeme tedy stát na jiném technologickém základu, který nás posune dál do 21. století. K tomu budeme daleko víc využívat AI nástroje, jež nám pomohou odbourat hlavně repetitivní činnosti a ještě zrychlit některé procesy. Ovšem důležité je, že zůstaneme pojišťovnou postavenou také na lidském kontaktu se silnou sítí našich regionálních zastoupení a zhruba tisícovkou zaměstnanců, která komunikuje se svými klienty a ptá se jich, jaké problémy řeší a jaké služby od nás potřebují.

Za redakci TRADE NEWS vám přeji, aby se vaše vize naplnila. ■

S PAVLEM WIESNEREM HOVOŘILA JANA JENŠÍKOVÁ
FOTO: MAREK JENŠÍK A ARCHIV ČPP

Česká podnikatelská pojišťovna (ČPP)

V roce 2024 dosáhlo předepsané pojistné podle národních účetních standardů (CAS) rekordních 16,05 miliardy korun. Pojišťovna dokázala růst o 9,9 %. S celkovým tržním podílem 8,6 % se řadí mezi top pět pojišťoven v ČR. Spravuje 2,4 milionu pojistných smluv a její služby využívá více než 1,3 milionu klientů. Je jednou ze dvou pojišťoven, která má silné pobočky v regionech – 6 regionálních ředitelství, 100 poboček a 220 kanceláří na celém území Česka. ČPP je také třetím největším poskytovatelem povinného ručení v ČR. Od roku 2005 je součástí pojišťovací skupiny Vienna Insurance Group.

Kompletní nabídka produktů:
www.cpp.cz
Klientská linka: +420 957 444 555

Vienna Insurance Group (VIG)

VIG je přední pojišťovací skupina v Rakousku i v celém regionu střední a východní Evropy (CEE). Kolem 50 pojišťoven ve 30 zemích tvoří skupinu s dlouhou tradicí, silnými značkami a velkou blízkostí k zákazníkům. Akcie VIG jsou od roku 1994 kotovány na vídeňské burze. Mezinárodně uznávaná ratingová agentura Standard & Poor's udělila skupině rating A+ se stabilním výhledem.

You can also read this article
in English on itradenews.cz



Učme děti mít srdce na správném místě
Už dvanáct let



ITY MŮŽEŠ
BÝT SRDCAŘ

Pojďte s námi do 12. ročníku!

Už na 50 000 zapojených SRDCAŘŮ a 1 900 projektů
z celé republiky i ze zahraničí



www.srdceslaskou.cz
Kontakt: jensikova@antecom.cz



Manželé a jednatelé společnosti PROXIM Ing. Jan Kroupa, Ph.D., a Ing. Kateřina Kroupová

Jan Kroupa:

SPOLEČENSKOU ODPOVĚDNOST MÁME V GENECH

„Jako podnikatelský subjekt, který je zaměřený na oblast výroby a distribuce chemických přípravků, cítíme silnou odpovědnost za stav životního prostředí. Jako úspěšná firma pak také za prosperitu regionu a kvalitu života jeho obyvatel,“ vyjadřuje filozofii rodinné společnosti PROXIM z Rybitví její spolumajitel a jednatel Jan Kroupa mladší.

„Ale naše vize bychom jen těžko mohli naplnit, kdyby se v třiadvadesátém můj otec chemik nerozhodl opustit výzkumný ústav a zúročit své znalosti a zkušenosti v byznysu. Představu o tom, co obnáší podnikání, jsem neměl, a navíc si mé studentské srdce získala chemie. Když se změnila vlastnická struktura firmy a otec se stal jejím jediným vlastníkem, proces rozhodování a řízení se zjednodušil, a tak jsem se pustil do podnikání s ním,“ vzpomíná absolvent VŠCHT Praha.

Ve správný čas na správném místě

Na přelomu tisíciletí zaplavila trh vlna zájmu o bazény a ČR se dokonce stala teritoriem s jejich nejhustším pokrytím.

Sázka zakladatele Jana Kroupy st. na nový produkt vyšla a od roku 2000 se klíčovým sortimentem společnosti stala bazénová chemie.

V současné době PROXIM vyrábí a prodává své výrobky kromě České republiky do dalších dvanácti zemí a jeho roční obrát atakuje hranici 135 milionů korun. Klientským jádrem vlastního exportu nové řady bazénových přípravků se v roce 2006 stalo Německo, Rakousko a v oblasti enzymatických a bakteriálních přípravků se dlouhodobým partnerem stala kanadská společnost Nviron Biosolutions. Firma vykročila z limitovaného tuzemského trhu a během čtvrtstoletí se etablovala ve více než desítkách evropských zemí. V současné době má ve své nabídce výrobky značky PROBAZEN, PROPOOL

a mnoho dalších. Spolupracuje s více než 250 distributory, mezi jejichž zákazníky se řadí významní hráči v oboru.

Legislativa komplikuje i inspiruje

„Paušální odmítání environmentálního trendu nepovažuji za rozumné, ale legislativa musí zohledňovat reálné možnosti podnikatelského sektoru. Naši firmu například velmi svazují některá unijní nařízení týkající se inovací a novinek v sortimentu. Omezují třeba spektrum povolených biocidních a dalších chemických látek nebo zužují cílovou zákaznickou skupinu jen na profesionály. Na druhou stranu tam, kde environmentální inovace dávají smysl, je firmy zavádějí samy z vlastní iniciativy.

PROXIM s.r.o.**Rodinná firma roku
AMSP ČR 2025
Kategorie Malá firma
3. místo**

Společnost založil v roce 1993 společně s partnery RNDr. Jan Kroupa, CSc., a od začátku byl jejím jednatelem. V roce 2007 se stal druhým jednatelem jeho syn Ing. Jan Kroupa, Ph.D., který v roce 2018 od otce převzal řízení společnosti. Firma vyrábí a distribuuje chemické látky pro zahradu, domácnost a průmysl. Od roku 2000 představuje její hlavní produktovou řadu bazénová chemie. Pokrývá trh České republiky a dalších dvanácti zemí. Do podnikání jsou zapojeni tři rodinní příslušníci. Firma s týmem devětatvaceti pracovníků dosáhla loni obrátu zhruba 134 milionů korun.

www.proxim.cz

Krásným příkladem je otevření naší „zelené haly“,“ vyjadřuje spokojenost s investicí do projektu Jan Kroupa.

„Substrát zelené střechy nám pomáhá zadržovat srážkovou vodu. Podíl srážkových vod, které střecha nezachytí, se akumuluje v nádržích, odkud se dále využívají k zavlažování dvou stěn pokrytých pnoucími rostlinami.“

Většina investic však míří do modernizace a rozšiřování výrobních a skladovacích prostor a logistiky. „Naše podnikání charakterizuje vysoká obrátkovost a do jisté míry i sezonnost, naše aktivity se koncentrují zejména do období jara a léta. To klade vysoké nároky na včasné dodávky surovin, obalových materiálů a expedici. V horizontu dvou let plánujeme dále rozšiřovat výrobní prostory a instalovat automatizované plnicí linky, abychom mohli navýšit objem výroby a uspokojit stoupající poptávku. Projekty financujeme z vlastních zdrojů a z úvěrů Komerční banky, s níž spolupracujeme od samého začátku, kdy jsme ještě byli kapitálově zcela odkázáni na bankovní úvěry.“

Charita a osvěta

Čím menší firma, tím náročnější je výběr pracovníků a citelnější dopady případné nevhodné volby. „Budování týmu si ponechávám ve své kompetenci. Důležitou roli hrají reference a doporučení známých a stávajících pracovníků. Při osobních rozhovorech dbám na to, aby noví lidé měli nejen potřebné profesní předpoklady, ale také mentálně zapadli do kolektivu a přijali za svou podnikatelskou filozofii naší společnosti. V ní hraje významnou roli společenská odpovědnost,“ zdůrazňuje držitel ocenění Společensky odpovědná firma Pardubického kraje za rok 2024.

Největším benefitem dárce je možnost se na vlastní oči přesvědčit, jak darované peníze pomáhají. Majitelé



„Zelená hala“ je chloubou společnosti PROXIM. Rostliny na střeše pomáhají zadržovat srážkovou vodu, která se dále využívá a spolu se stěnami pokrytými pnoucími rostlinami pomáhá udržovat optimální teplotu v objektu

společnosti mají to štěstí každý den. Také díky nim vzniklo v přístavbě sociálně aktivizačních služeb pro rodiny s dětmi a služeb pro pěstouny pardubické Charity důstojné prostředí pro personál a další rozvoj podpůrných služeb.

„Zvláštní poděkování patří manželům Kroupovým z firmy PROXIM, kteří dlouhodobě podporují činnost pardubické Charity a dávají dobrý příklad ostatním,“ píše se na charitních webových stránkách. Jejich jména se objevují rovněž v komunitě dárců, s jejichž příspěvkem vyrůstá Centrum sociálních služeb v Holicích na podporu pečujících osob a posílení sociálních služeb na Holicku a Pardubicku. V neposlední řadě finančně přispěli na autobus Základní školy a Praktické školy Svítání, která poskytuje vzdělání osobám se zvláštními potřebami.

„Studenty místní Střední školy cestovního ruchu a grafického designu jsme na jejich žádost zasvětili do ‚tajů‘ manažerské profese a v zajímavé debatě jim na chvíli sundali růžové brýle. Snad je to neodradilo,“ směje se Jan Kroupa. „Do budoucna plánujeme praxe studentů ze střední školy chemické a exkurze žáků základních škol. Těší nás, že se rodinné společnosti víc zviditelňují jako stabilní a seriózní fenomén naší ekonomiky.“ ■

TEXT: VĚRA VORTELOVÁ

FOTO: ARCHIV SPOLEČNOSTI PROXIM



Jan Kroupa na veletrhu Aquanale v Kolíně nad Rýnem



„Na dalších 25 let Očního centra Praha! Aby dál udávalo trendy a drželo krok s tím nejlepším, co ve světě je!“ Na fotografii zleva: primář kliniky Radan Zugar, ředitel OCP a člen představenstva Adam Janek, vedoucí lékařka centra kataraktové, refrakční a vitreoretinální chirurgie Andrea Janeková, zakladatel OCP Praha a předseda představenstva Ján Kriška, vedoucí lékařka aplikačního a síťnicového centra Lucie Frantlová a místopředseda představenstva OCP Petr Kocián

JAK SE NAPLNILA VIZE MODERNÍ ČESKÉ OČNÍ KLINIKY

OCP SLAVÍ 25. NAROZENINY OTEVŘENÍM NOVÉHO CENTRA PRIMÁRNÍ PÉČE

Jaká je definice lídra? Trefně to vyjádřil ekonom Peter Drucker: *Management je dělat věci správně. Leadership je dělat správné věci.* Možná by se slušelo dodat: správné a lidem prospěšné. A pokud se do té prospěšnosti prolne starost a péče o jejich zdraví, není o leadershipu pochyb. Pak je to poslání. Takovým lídrem na poli oftalmologie, a to i v mezinárodním měřítku, je bezpochyby Oční centrum Praha, které čtvrtstoletí existence oslavuje dalším rozšířením a zkvalitněním svých služeb. Při té příležitosti si povídáme s jeho lídrem – ředitelem a členem představenstva Adamem Janekem.

„NEJLEPŠÍ
ZPŮSOB, JAK
PŘEDPOVĚDĚT
BUDOUCNOST,
JE STVOŘIT JI.“

PETER F. DRUCKER

„PLÁNY JSOU POUZE DOBRÝMI ÚMYSLY, JESTLIŽE SE OKAMŽITĚ NEZVRHNOU DO PODOBY TVRDÉ PRÁCE.“ (DRUCKER)

Čtvrtstoletí už je dost na to, aby potvrdilo životaschopnost filozofie budování vaší oční kliniky. Pojďte zavzpomínat na to, jak to začalo.

Oční centrum Praha bylo založeno jako jedno z prvních soukromých zařízení s úzkou specializací na operace šedého zákalu v České republice, protože ta tenkrát ve zdravotnictví kapacitně chyběla. U jeho zrodu stál inženýr Ján Kriška, který je dodnes majoritním akcionářem, a ten od počátku vycházel ze svých zkušeností z působení v USA a prosazoval představu, že OCP bude jiné než ostatní. Naším vzorem se staly světoznámé soukromé oční kliniky ve Spojených státech, hlavně jejich klientský přístup k pacientovi, k němuž se přistupuje s empatií jako k partnerovi. To nás myslím velmi odlišovalo.

Kdy jste se k OCP připojil?

V květnu 2011. Tehdy jsem měl na starost zejména komunikaci s externími spolupracujícími očními lékaři. Jsem za tu zkušenost vděčný, protože jsem pochopil, co všechno musíme splňovat, abychom získali jejich důvěru, aby k nám posílali své pacienty. Zhruba za rok, ve svých sedmadvaceti, jsem dostal šanci jít na pozici ředitele a čekala mě další výzva: získat si důvěru a respekt týmu – lékařů, sester,

zdravotnického personálu. Trvalo dva až tři roky, než se mi podařilo vybudovat kvalitní a soudržný tým. Dodnes jsem vlastně nejvíce hrdý právě na to, že takový tým u nás máme, i když se zdeseťtinásobil. Na začátku nás bylo asi devět. Dnes je nás přes devadesát. A zatímco tehdy jsme řešili sedmdesátiprocentní fluktuaci, dnes ji máme téměř nulovou, když samozřejmě nepočítám rodičovské dovolené nebo odchod do penze.

Čím myslíte, že se vám podařilo lidi získat?

Jsem na ně možná někdy hodně tvrdý, ale oni vědí, že nejtvrdší jsem sám k sobě. A taky vědí, že jsem férový, říkám věci na rovinu a bez obalu, i když to může být v ten moment bolestivé. Myslím, že jsem si získal jejich respekt jasnou vizí, kterou jsem jim dokázal vysvětlit a která se naplňuje.

„KDYKOLI VIDÍTE ÚSPĚŠNÉ PODNIKÁNÍ, KDOSI JEDNOU UDĚLAL ODVÁŽNÉ ROZHODNUTÍ.“ (DRUCKER)

Jednou z vašich prvních odvážných vizí bylo, že jste se v době covidové, kdy ostatní svoje plány spíše utlumovali, pustili do budování nové kliniky. A za necelý rok jste ji právě v těchto moderních prostorách budovy Port7 v pražských Holešovicích, kde nyní spolu sedíme, otevřeli. I když

se vlivem energetických nejistot a rostoucí inflace původní rozpočet nebezpečně navyšoval. Neměl jste tenkrát obavy, že se to nemusí povést?

Kdo se bojí, nesmí do lesa. A já jsem měl v zádech důvěru našich akcionářů. Pravdou je, že situace byla velmi vyhrčená, na začátku jsme s některými překážkami, které se v průběhu objevily, vůbec nepočítali. V tom čase se o nějakém stabilním podnikatelském prostředí u nás nedalo mluvit. Ale byl to další důležitý krok na cestě za naším snem, a tak jsme to všichni cítili. Rozrostli jsme se několikanásobně nejen kapacitně, ale i odborně a lidsky, změnilo se tím vlastně úplně všechno, kromě toho, že v centru našeho zájmu zůstal český pacient, priorita neustále zkvalitňovat péči a zvyšovat její dostupnost.

Toto krédo vás provází stále. Mezitím jste se pustili do další důležité etapy – budování Centra primární oční péče, které zanedlouho otevřete v dalším patře budovy Port7. Co tento krok v praxi přinese?

Potřebné kapacity pro prevenci oční péče, které v naší republice chybějí. Ke stávajícím dvěma tisícům metrům čtverečním získáme tisícovku pro preventivní a diagnostickou péči dospělých i dětí, budeme mít dalších osmnáct ambulancí, tedy celkem třicet ordinací, a navýšíme i počet operačních sálů na pět. To umožní mít pod jednou střechou veškeré spektrum oční péče, od prevence přes diagnostiku po chirurgii pro všechny věkové kategorie. K tomu jsme směřovali.

Naše Centrum primární oční péče budujeme na čtyřech základních pilířích: jde nám o dostupnost oční péče, prevenci, AI screening chronických nemocí a dětskou oční ambulanci.

Pokud bych to měl dál specifikovat, rádi bychom dosáhli toho, že pacient nebude na vyšetření čekat déle než dva tři týdny a že péče bude dostupná pro všechny pojištěnce. S tím souvisí další bod, a to, že budou sami dbát na prevenci. Pomocí AI screeningu se dají v současné době včas odhalit nemoci jako makulární degenerace nebo diabetická retinopatie, ale v budoucnu přibudou další. A o dětské oční ambulanci tu už byla řeč. Je to něco, co kapacitně v našem zdravotnickém systému také



„Až nebudu mít jednu co budovat, tak už tady nebudu,“ říká s nadsázkou Adam Janek. Stavbu Centra primární oční péče prožíval naplno



Moderně vybavené prostory Centra primární oční péče Mediport, budované v rámci Očního centra Praha v budově Port7 v pražských Holešovicích, přivítají už v lednu 2026 své malé i velké klienty



chybí, a přitom v současné době hovoříme o epidemii krátkozrakosti u dětí. Podle našeho průzkumu jich v naší zemi trpí tímto onemocněním 200 tisíc!

„NIKDO NEMŮŽE ŘÍDIT ZMĚNY. ČLOVĚK MŮŽE BÝT JEN PŘED NIMI.“
(DRUCKER)

Asi je zbytečné se vás ptát, jestli máte další plány. Tak se rovnou zeptám – jaké? Kde vidíte další příležitost k růstu?

Oftalmologie je jedním z nejhezčích a nejzajímavějších lékařských oborů, v němž se snoubí lékařská praxe a každodenní péče o pacienta

s nejnovějšími technologiemi. To je na ní fascinující a zároveň to předpokládá neustálý růst. A my chceme dál držet krok s tím nejlepším, co ve světě je. Ale kdybych měl zůstat u nejbližších plánů, ještě do konce letošního roku chceme implementovat novou technologii, a dát tak stávající digitalizaci našeho centra opět nový rozměr. Naší prioritou zůstává zvyšování přesnosti a bezchybnosti digitálních diagnostických a chirurgických procesů i přenosu dat. Zároveň chceme dál přispívat k vývoji nových technologií a aktivně se zapojovat do klinických studií, které posouvají obor oční medicíny vpřed.

Víte, před patnácti lety, když jsem do OCP nastoupil, jsem si vlastně dnešní obraz naší kliniky ani představit

Mgr. Adam Janek, MHA, MBA, LL.M., nastoupil do Očního centra Praha (OCP) na jaře 2011 a od dubna 2012 je jeho ředitelem. V roce 2018 byl zvolen do funkce člena představenstva OCP. Je místopředsedou představenstva Sdružení ambulantních poskytovatelů oční chirurgie SAPOCH a členem mnoha oborových organizací. Oftalmologii dostal do vínku, otec Michal Janek stál v devadesátých letech u zrodu moderní oční chirurgie v České republice. Manželka Andrea Janeková působí rovněž v OCP jako vedoucí lékařka centra kataraktové, refrakční a vitreoretinální chirurgie a je mj. také garantem vzdělávací akademie OCP.

nedovedl, bylo by to pro mne tenkrát sci-fi. Ale po všech zkušenostech už si dokážu představit úplně všechno, i další nové věci, k nimž se propracujeme. Víím, že růst nemá hranice, a to mě pohání stále dopředu a nutí mě přemýšlet o nových perspektivách. ■

S ADAMEM JANEKEM HOVOŘILA JANA JENŠÍKOVÁ
FOTO: ARCHIV OČNÍHO CENTRA PRAHA

You can also read this article
in English on **itradenews.cz**



KOMPLEXNÍ OFTALMOLOGICKÁ PÉČE

Od diagnostiky po mikrochirurgii



Odbornost
a profesionalita

Lidskost
a vstřícnost



Dokonalá
technologie

Efektivita
a funkčnost



Design
a nadčasovost

Účelnost
a pohodlí





Aleš Kuchař:

MARKETING OTEVŘE DVEŘE, ALE JEN KVALITA PŘINESE ZÁKAZNICKOU LOAJALITU

Říká se, že v devadesátých letech na rozvíjejícím se českém spotřebním trhu dokázal jen trochu šikovný obchodník prodat prakticky cokoli. „Jenomže my jsme chtěli nabízet zboží, za které bychom se nemuseli stydět. Proto jsme se rozhodli šít je sami z metráže, již jsme si sami pečlivě vybírali. O tom svědčí mimo jiné unikátní záruky, které na své výrobky poskytujeme. U zboží garantujeme pět let, u zipů je záruka neomezená a nárok na výměnu zboží činí 365 dní,“ začíná své vyprávění Aleš Kuchař, zakladatel a spolumajitel společnosti na výrobu bytového textilu DARRÉ.

Přidanou hodnotou výrobků značky DARRÉ je nejen ruční šití produktů ve vlastních provozech, ale také záruka formou mezinárodních certifikací, jako je OEKO-TEX® Standard 100, která představuje jeden z nejuznávanějších mezinárodních standardů pro testování textilií na zdravotní nezávadnost a garantuje bezpečnost produktu pro děti do tří let a alergiky. „Vůbec nejpřísnější a nekomplexnější certifikací, jejímž

jsme držitelem, je GOTS (Global Organic Textile Standard). Mapuje nejen proces výroby od semene až po finální produkt, jeho balení do recyklovaných materiálů, ale i postupy zpracování odpadních vod či etické a sociální aspekty zaměstnávání pracovníků,“ pokračuje zakladatel.

V současné době společnost prochází procesem testování jako žadatel o přidělení certifikace OEKO-TEX® MADE

IN GREEN na absenci škodlivých látek. „Splnit tak přísná kritéria není vůbec snadné. Proto ji nemalá část textilních firem nevlastní a jejími držiteli jsou pouze jejich dodavatelé.“

Aleš Kuchař přitom zůstává v otázce ochoty zákazníků připlatit si za kvalitu výrobků, jejich udržitelnost a ochranu životního prostředí optimistou, zastánce tradic a podporovatelem rozvoje



„V naší obchodní strategii minulých pěti let jsme zúročili přednosti moderních technologií a dlouhodobé vztahy se zákazníky z období, kdy jsme preferovali formy osobní prezentace a přímého prodeje. Výsledkem je několikanásobný nárůst obrátu, aniž bychom ustoupili od nároků na kvalitu, jedinečnost, ekologický charakter podnikání a cenovou přiměřenost produkce,“ říká Aleš Kuchař. Na fotografii s dcerou Kristýnou, která už se také zapojila do řízení rodinné firmy

”

**PŘECHOD NA EKOLOGICKÉ
BALENÍ PŘINESL ÚSPORU
KOLEM 2 000 KG PLASTŮ
A 9 000 KG PAPÍRU
ROČNĚ.**

regionálního průmyslu. Textilní průmysl a výroba textilních strojů a zařízení mají u nás dlouhou historii, která ani za složitějšího období transformace nezanikla. Jen se změnily názvy firem a jejich majetková struktura.

„Své dodavatele si pečlivě vybíráme. Většina z nich využívá západní technologie, nejčastěji italské a švýcarské, garantující nejvyšší kvalitu. Tam, kde se česká konkurence vyrovná té zahraniční, rádi upřednostňujeme tuzemské partnery. Třeba šicí stroje jsme si pořídili u boskovického výrobce a prodejce šicích a vyšívacích strojů Garudan a jsme s nimi nadmíru spokojeni. Mezi regionálními firmami hledáme dodavatele

a spolupracovníky také při přípravách a realizaci showroomu v našem sídle ve Vysokové u Náchoda. Stálá prodejní expozice se stane vedle zavedeného e-shopu významnou součástí naší dlouhodobé obchodní strategie,“ avizuje brzké otevření showroomu Aleš Kuchař.

Péče o životní prostředí nám leží na srdci

Zákazníky stále víc zajímá původ a ekologické vlastnosti materiálů, výrobní postup produktů, jimiž se každý den obklopujeme, minimalizace odpadů či recyklace. V DARRÉ se tyto faktory promítají do všech aktivit. Od pečlivého nákupu látek z ekologicky pěstované bavlny z Egypta a Turecka, které se zpracovávají podle přísných parametrů odběratele, přes digitální tisk až po šetrné látkové balení.

Velký posun v kvalitě a preciznosti znamenal přechod společnosti od rotačního pigmentového tisku k tisku digitálnímu na italských tiskových strojích Reggiani. Věrohodností barev, detailním zpracováním motivů a měkkostí na dotek přinesl poptávané efekty zákazníkům a výrobcům až devadesátiprocentní úsporu barev a menší spotřebu vody.

K šetrnější a stylové alternativě se DARRÉ přiklonilo také v případě obalových materiálů. Papírové nahradili látkovými ve stejném vzoru, jako je distribuované povlečení, aby zákaznické veřejnosti umožnili jejich opětovné použití. „Přechod na ekologické balení nám přinesl přízeň zákazníků za smysluplnou inovaci a úsporu kolem dvou tisíc kilogramů plastů a devět tisíc kilogramů papíru ročně.“

Když ekologie pomáhá k větší prosperitě

Udržitelné podnikání v souladu s nej přísnějšími normami si vyžádalo řadu významných změn také v oblasti ekonomiky a forem prodeje. Přímý prodej postupně nahradili internetovým obchodem. Když v roce 2019 e-shop přebírala dcera majitelů Kristýna Kuchařová, činil na něm obrát jen dva miliony korun. Letos, kdy už zhruba pět let představuje hlavní prodejní kanál, se obrát jen za prvních osm měsíců vyšplhal asi na 150 milionů.

„Avšak cesta k plně funkčnímu e-shopu nebyla i přes pečlivou přípravu snadná. Když jsme ho před Vánocemi 2021 chtěli uvést do plného provozu, IT odborník, který nastavoval kódování, ho omylem smazal. Tak jsem se do nápravy pustila sama,“ vzpomíná Kristýna Kuchařová.

DARRÉ Náchod s.r.o.

Rodinnou společností na výrobu originálního ložního povlečení, prostěradel a bytového textilu založili v roce 2008 bratři Aleš a Petr Kuchařovi v Náchodě. Když po deseti letech Petr náhle zemřel, ujali se vedení firmy Aleš s manželkou Gabrielou a v roce 2021 se po absolvování střední školy stala jejich společníci a kolegyní starší dcera Kristýna. Firma svými výrobky pokrývá český a slovenský trh. Zaměstnává cca 25 pracovníků, převážně členů rodiny. Její loňský obrát činil zhruba 160 milionů korun.



Rodinná firma roku 2024, kategorie Malá firma, 1. místo a Cena veřejnosti

„Ocenění vnímáme jako potvrzení, že naše cesta – poctivá česká výroba, důraz na kvalitu a dlouhou životnost – má smysl. Zároveň je to závazek vůči našim kolegům a zákazníkům, abychom stále drželi vysoký standard produkce. Primárně investujeme do výrobků, skladových zásob a e-shopu jako zatím výhradního distribučního kanálu. Současně ale připravujeme v naší branži unikátní projekt u nás ve Vysokově: showroom o ploše 350 metrů čtverečních, obklopený okrasnou zahradou. Máme radost, že se na něm budou spolupodílet české tradiční firmy a provozovatelé řemesel, jako jsou například čeští skláři.“

www.darre.cz



Herečka Lucie Benešová je (nejen) tvář originální kolekce DARRÉ s názvem Beneška. S Kristýnou Kuchařovou se podílí na její konečné podobě

Respekt, který si tehdy jako čerstvá absolventka střední grafické školy vydobyvala, ji katapultoval do pozice vedoucí marketingu a nepostradatelné členky vedení rodinné firmy.

Láska k vystudované profesi a vytříbený výtvarný cit však Kristýnu nikdy neopustily. Navrhuje témata a vzory, které kolegyně malířka Tereza zpracovává do šablon pro digitální tisk. Aktuálně s herečkou Lucií Benešovou spolupracují na originálních kolekcích bytového textilu Beneška, které si rychle našly cestu k českým a slovenským zákazníkům.

Ne náhodou si zakladatel DARRÉ Aleš Kuchař oblíbil citát Henryho Forda,

jímž se řídí: „Kvalita znamená dělat to dobře, i když se nikdo nedívá.“

TEXT: VĚRA VORTELOVÁ

FOTO: ARCHIV SPOLEČNOSTI DARRÉ

You can also read this article
in English on itradenews.cz



DARRÉ

ČESKÝ VÝROBCE KVALITNÍHO
BYTOVÉHO TEXTILU

Jsme DARRÉ,

česká rodinná firma, která se od roku 2008 věnuje výrobě a prodeji bytového textilu. Povlečení a prostěradla šijeme přímo u nás v Česku a v rámci dalších produktů, jako jsou ručníky a osušky, spolupracujeme s prémiovými evropskými výrobci. Na kvalitu klademe velký důraz – i proto na všechny produkty nabízíme 5letou záruku. Naše produkty je možné zakoupit pouze v internetovém obchodě www.darre.cz.

TIPY NA DÁRKY



Dárkové kazety
ručníků



Dárkové kazety
utěrek



Dekorační povlaky na polštářky



Ručníky a osušky



Keramické
hrncečky



NAČTĚTE MĚ

MENU:

DOPŘEJTE SI ZÁŽITKOVOU STRATEGICKOU TRANSFORMACI



+420 602 532 483



WWW.EVOLVEDEVPACK.CZ



EVOLVE@EVOLVEDEVPACK.CZ

KAŽDÁ TRANSFORMACE JE UNIKÁTNÍ CO MÁME V NABÍDCE



PROCESNÍ OPTIMALIZACE

Mnoho systémů, různá data a různé procesy v rámci jednotlivých oddělení? Pomůžeme vše zjednodušit, nastavit a zdokumentovat.



IMPLEMENTACE IS

Narazili jste na limity informačního systému nebo nemáte žádný? Nabízíme revizi, analýzu a řešení.



REALIZACE STRATEGIE

Máte jasno ve Vašich plánech? Připravíme realizační plán, integraci Vašich lidí, korektní komunikaci a transparentní sledování průběhu realizace Vaší strategie.

JEDNOTLIVÉ CHODY:

1

VSTUPNÍ ANALÝZA

Přesná identifikace problému a souvislosti procesních, nákladových i personálních.

2

IDENTIFIKACE POTŘEB

Rozdělení dat do logických celků. Příprava přehledu příležitosti a návrh řešení.

3

PLÁN TRANSFORMACE

Srozumitelný sumář navrhovaných změn, očekávaných přínosů a odhadované časové náročnosti.

4

REALIZACE PLÁNU

Profesionální projektová a procesní koordinace. Pravidelný reporting a projektová dokumentace.

SPECIÁLNÍ NABÍDKA:

PROCESNÍ AUDIT

Jste přesvědčení o tom, že je procesné vše tak, jak má být? Efektivní, transparentní a v systémech? Všichni se procesy řídí a přemýšlejí, jak je dále zlepšovat?

Ukážeme Vám, jak na tom jste a jaký máte potenciál k efektivním změnám. Někdy stačí málo.

IMPLEMENTACE PMO

Potřebujete umět řídit projekty, nastavit vhodnou projektovou metodiku, procesy, reporty a dokumentaci?

Nastavíme Vám efektivně fungující Projektovou kancelář (PMO) a zajistíme její integraci do společnosti.

KATALOG SLUŽEB

Potřebujete vědět, jaké agendy, procesy a činnosti máte?

Jak mezi sebou fungují, nastavit SLA, KPI, kdo co dělá na úrovni jednotlivce? Katalog služeb je základem správné přefakturace nákladů i optimalizace procesů.

PŘÍLOHY:

PROJEKTOVÝ MANAŽER

Máte v plánu implementaci informačního systému, nebo třeba stěhujete kanceláře.

Setříme Váš čas a peníze. Váš projektový plán dodáme v souladu s časem, zdroji a náklady.

INTERIM MANAŽER

Potřebujete manažersky pokrýt konkrétní agendu?

Uvolníme pro Vás naše prověřené profesionály. Třeba u vás zůstanou napořád.

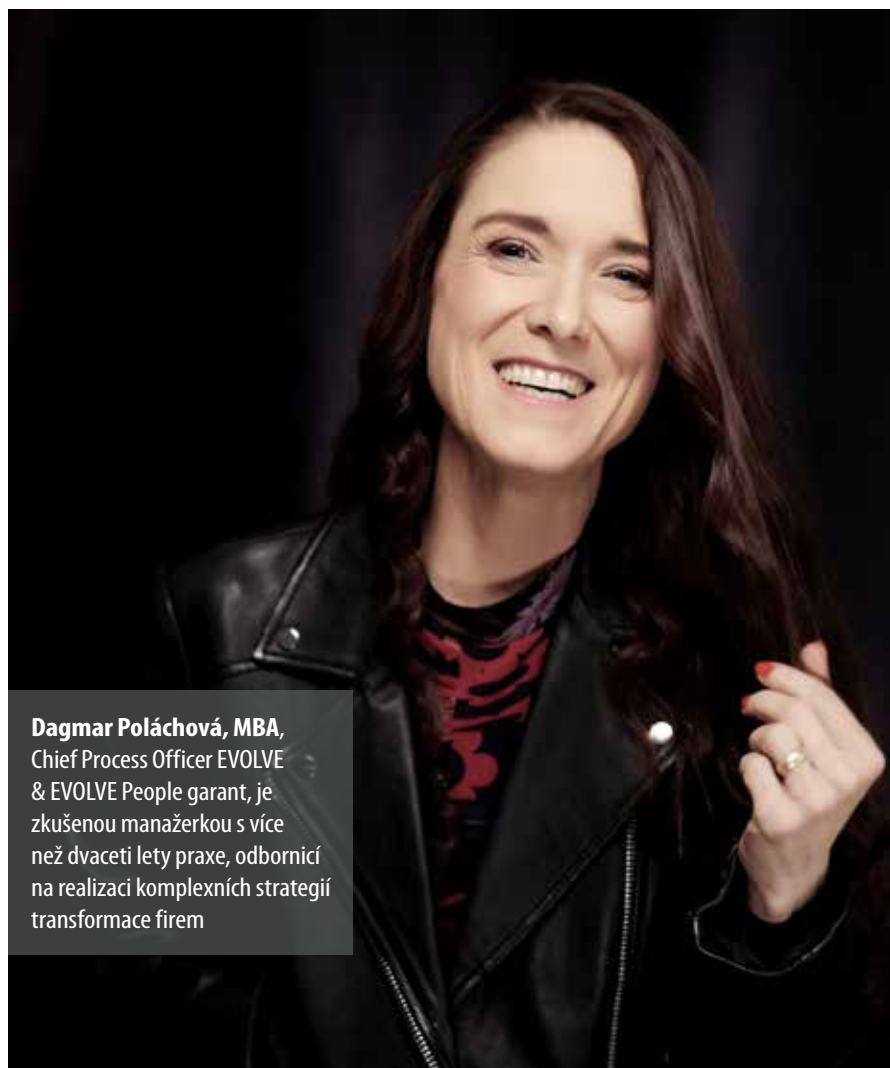
HR SLUŽBY NA MÍRU

HR je klíčová agenda. Umíme ji od A do Z. Recruitment, onboarding, talent a change management, offboarding, i outplacement. Interim, konzultace, transformace procesů. Prostě jak Vám bude chutnat.

Dagmar Poláchová:

PUNK MŮŽE BÝT OSVĚŽUJÍCÍ, ALE NE U VÁS VE FIRMĚ UDĚLÁME VÁM Z NĚJ PROCESNĚ ŘÍZENOU ORGANIZACI

Máte problém zaškolit nové lidi, protože chybí popis procesů? Pokulhává komunikace uvnitř společnosti? Řada vašich původně slibných projektů končí v mlze? Nepracujete s rozpočty? Odcházejí vám klíčoví lidé a s nimi i know-how? Pak je jasné, že právě vy máte podle odbornice na strategii transformace a majitelky společnosti EVOLVE Dagmar Poláchové ve své firmě punk.



Dagmar Poláchová, MBA, Chief Process Officer EVOLVE & EVOLVE People garant, je zkušenou manažerkou s více než dvaceti lety praxe, odbornicí na realizaci komplexních strategií transformace firem

Pod pojmem „punk“ si můžeme představit leccos. Ale nejspíš to bude nekonformita, individualita, volnomyšlenkářství, takové vybočení z řady... Zatímco v umění se to může zajímavě zúročit, ve firmách je výsledkem nepořádek. Dá se říct, že tam jdete obrazně řečeno uklidit?

Ano, umíme dát věci do pořádku. Ono v praxi asi každá organizace praktikuje určitou míru odklonu od systému a struktury, když jí nedává smysl. Tomu se nelze divit. Pokud stávající procesní, systémová a kontrolní nastavení nepřinášejí odlehčení administrativě, neoptimalizují procesy a nevytěžují systémy na jejich maximum, pak nejsou pro fungování firmy efektivní a brzy se to projeví i v číslech a v celkové stagnaci společnosti.

Takže pak stačí, když vás zavolají, vy mávnete kouzelným proutkem a je to?

Kouzlit zatím neumíme. Ale pokud tím kouzelným proutkem myslíte, že zahájíme velmi intenzivní poznávání toho, v jakém stavu se daná firma nachází a co vlastně potřebuje, a pak se snažíme postupně v úzké kooperaci s jejím managementem eliminovat nefungující a nastavovat nové procesy, lze s přirovnáním souhlasit.

Jen tím proutkem máváme dlouhodobě a co nejcitlivěji, protože každý podnik je specifický organismus, takže každá transformace probíhá jinak. Důkazem, že to děláme dobře, je, že s námi firmy dlouhodobě zůstávají nebo se k nám znovu vracejí.

Můžete být konkrétnější? Jaké typy služeb firmy v současné době nejvíce poptávají?

Začala bych obecněji. Momentálně náš zhruba patnáctičlenný tým pracuje asi na deseti až dvanácti projektech. Někde se teprve ořkáváme, někde jsme dlouhodobě a neřešíme jen procesy, řídíme projekty nebo mentorujeme či školíme. U jiných klientů už působíme dokonce i v zahraničních pobočkách nebo udáváme směr v rámci globální mateřské společnosti.

”

ČÍSLA A LIDI – TO JE
ZJEDNODUŠENĚ ŘEČENO
TO NEJZÁSADNĚJŠÍ PRO
KAŽDOU SPOLEČNOST.
MY UČÍME, JAK S TÍM
PRACOVAT, JAK TO
EFEKTIVNĚ KLOUBIT
A INTEGROVAT
DO TRANSFORMACÍ,
KTERÉ U NAŠICH KLIENTŮ
REALIZUJEME.

Tento rostoucí rozsah aktivit a produktů vyústil letos také ve spuštění hned několika nových linií našich služeb v rámci hlavního brandu EVOLVE, jako jsou EVOLVE Finance a EVOLVE People.

Co pod novými značkami nabízíte?

EVOLVE Finance se specializuje na přístup k transformaci prostřednictvím čísel. Je to rychlé, jednoznačné a díky číslům velmi rychle víme, na co se zaměřit, kde je problém.

Druhá, EVOLVE People, jak už z názvu také vyplývá, se zaměřuje na lidi, jejich kompetence, odpovědnosti v rámci jejich rolí, výsledky, nastavení cílů. I tady jde velmi rychle zjistit, kde nás tlačí bota. Co a u koho nekoresponduje s očekáváním, a tedy nemůže naplnit cíle a strategii společnosti.

Ono zjednodušeně – čísla a lidi – to je to nejzásadnější pro každou společnost. My učíme, jak s tím pracovat, jak to efektivně kloubit a integrovat do transformací, které u našich klientů realizujeme.

Naši čtenáři mají rádi příklady. Můžete prozradit nějakou firmu, v níž aktuálně takto působíte?

Ráda bych zmínila třeba naši spolupráci s českou rodinnou společností Panter, která se dlouhé dekády zabývá ozvučovací technikou a je z mého pohledu jedinečná a v mnoha ohledech unikátní. Trh se mění, jsme ve 21. století a nároky na společnosti přinášejí nejen kratší vzdálenosti, nové technologie, ale také změny v chování klientů, jak pokud jde o drobné spotřebitele, tak odběratele profi techniky. K tomu roste konkurence, která je dravější a je víc vidět.

Aktuálně tak s paní jednatelkou řešíme přenastavení obchodního modelu, změnu v klíčových ukazatelích výkonnosti jednotlivých obchodníků, ale také nastavení transparentnosti v rámci čísel, tedy obchodních výsledků, přenastavení controllingu a podobně. V tomto konkrétním případě realizujeme zejména portfolio služeb v rámci EVOLVE Finance, které je hlavně o číslech, účetnictví, nastavení srozumitelného reportingu nad daty nejen za obchod, ale také pokud jde o náklady atp.

Tohle je jedna z podob transformace v našem podání. Taková, která má okamžitý dopad. Z punktu, tedy z chaosu, posouvá společnost ke struktuře a řádu plus řeší věci aktuálně klíčové a s edukativním rozměrem. Takto nás to baví a naše klienty také. ■

S DAGMAR POLÁCHOVOU SI POVIDALA JANA JENŠÍKOVÁ

FOTO: ARCHIV EVOLVE

Spolupráce s EVOLVE nám dává smysl, říká Zuzana Otrubová, ředitelka společnosti Panter



„Naše velkoobchodní firma je zaměřená na dovoz německé zvukové techniky. Už 33 let jsme výhradním zastoupením německé značky Sennheiser pro český a slovenský trh. Ta vyrábí mikrofony a mikroporty určené pro televizi, divadla, ale i kancelářské prostory a také sluchátka pro domácí použití, a to i pro nedoslýchavé. Postupně jsme přibrali značek víc, ale všechny souvisejí se zvukem. Celkově však nejsme jen velkoobchod, případně specializovaný maloobchod. Od začátku se naše firma profiluje jako místo, kde najdete zvukové odborníky, kteří vám dokážou poradit, jaké zvukové řešení je vhodné pro vaši situaci a technický problém, který konkrétně řešíte. Právě v kompetenčních odbornících vidíme naši hlavní konkurenční výhodu. Provozujeme také servis jak našich značek, tak po dohodě i jiných zvukových výrobků. Profesionální zvukové vybavení si u nás můžete také zapůjčit.

Historie firmy, znalost trhu a dlouholeté zkušenosti jsou samozřejmě výhodou. Ale skrývá se v nich nebezpečí opakování stále stejných postupů, které nemusejí vždy reflektovat současnou praxi. Proto jsme přistoupili ke spolupráci se společností EVOLVE, jež nás učí dívat se na sebe samé zvenku a zkoumat naši činnost z jiného úhlu pohledu. Je to užitečné, zajímavé a chvílkami hodně náročné. Ale dává nám to smysl a těšíme se z každého nového postupu.“



Kování, jaké si vymyslíte. Showroom společnosti HALEN ve Zlatých Horách

Čestmír Petroš:

PODNIKÁNÍ PŘEJE PŘIPRAVENÝM A ODVÁŽNÝM

„Kdybych měl dvěma slovy říct, jak se nám podařilo firmu udržet přes tři desetiletí, asi bych odpověděl, že za tím byla hlavně odvaha a kreativita. Pro nás byl každý nový úkol výzvou a problémy nás nezastavily, posouvaly nás dál. Neexistovalo, že něco nejde. Prostě jsme tak dlouho hledali a zkoušeli, až to šlo,“ vypráví Čestmír Petroš, jeden ze dvou jednatelů a spolumajitelů společnosti HALEN. Navštívili jsme ho ve Zlatých Horách v Jeseníkách, kousíček od polských hranic.



Čestmír Petroš, jednatel a spolumajitel společnosti HALEN

Příběh společníků Čestmíra Petroše a Dalibora Prejdy začal po roce 1989 podobně jako spousta dalších v naší zemi. „V roce 1990 byla ve firmě, kde jsme pracovali, nejistá situace. A tak jsme se s mým kamarádem z dětství rozhodli, že zkusíme podnikat. Náhoda tomu chtěla, že jsme získali kontakt na majitele firmy ANTIK, který tehdy v Uhříněvsi úspěšně budoval společnost na renovaci a prodej starožitného nábytku. Sháněl pro něj kování různé v zahraničí – a my jsme mu řekli, že to umíme taky a bude to levnější. To byla naše první výzva. Začátky v garáži, kde jsme pracovali sami dva od nevidím do nevidím sedm dnů v týdnu, byly těžké. Učili jsme se za pochodu, hodně

HALEN s.r.o.

V roce 1992 společnost založili Ing. Dalibor Prejda a Čestmír Petroš, kteří jsou dosud jejími majiteli a jednatelem. Zabývá se speciální zakázkovou výrobou kování s garantovaným servisem a opakovatelností výroby. Produkce je určena mj. restaurátorským dílnám a výrobcům replik starožitného nábytku nebo stylového nábytku z masivu. Vedle toho dokáže realizovat i velké statisícové série na vlastních CNC strojích. Další činností je zakázková ražba pamětních a reklamních mincí, medailí a plaket jak z běžných, tak i drahých kovů, a to pod značkou Zlatohorská mincovna. Své výrobky HALEN prodává nejen na tuzemském trhu, ale také na Slovensku, v Polsku, Německu a dalších evropských zemích.

www.halen.cz

www.vyrobaminci.cz



Při příležitosti vydání nové knihy Dana Browna Tajemství všech tajemství vznikla ve Zlatohorské mincovně exkluzivní limitovaná edice individuálně číslovaných pamětních mincí. Čítá pouhých 1 357 kusů, což z ní činí vyhledávaný sběratelský artefakt. Číslo 1 357 nebylo zvoleno náhodně – právě 9. července 1357 v 5:31 ráno byl podle legendy položen základní kámen Karlova mostu. Císař Karel IV. tehdy věřil, že číselná řada 1-3-5-7-9-7-5-3-1 nese mimořádnou symboliku a přinese stavbě trvalou sílu a ochranu. Pamětní mince tak oslavuje rovněž tajemství a harmonii ukryté v pražské historii

jsme riskovali. Ale dokázali jsme, že na to máme," vzpomíná s úsměvem Čestmír Petroš.

„Svého času jsme v tomto sortimentu byli nejlepší v Evropě, kování jsme prodávali úspěšně do zahraničí a tvořilo převážnou část obratu naší firmy. Ale jak už to bývá, nic netrvá věčně. Zájem opadl, poptávku narušily i levné nábytkové řetězce. A tak jsme museli přemýšlet, co dál. Postupně jsme se

rozšířili o zakázkovou strojírenskou výrobu, nakoupili CNC stroje a v roce 2010 jsme přidali i zakázkovou ražbu pamětních mincí a medailí. To jsem si vlastně splnil svůj sen.“

Jako Zlatohorák chtěl do Zlatých Hor, města historicky spjatého s těžbou zlata a mincovnictvím, vrátit tuto tradici. „Vzpomínám na naši první ražbu, ke které opět přispěla velkým dílem náhoda. Přišel za mnou tehdejší starosta Zlatých Hor, že by rád nechal vyrazit pamětní minci našeho města. Ale že ho v mincovně odmítli, protože jde o malou sérii. Tak jsem mu slíbil, že to zkusíme udělat u nás v kovovírobě. Slib jsme taky splnili, byla to historicky naše první ražba. Psal se rok 2009.“

Od té doby se Zlatohorská mincovna dynamicky rozvíjí a v současnosti uchovává v archívech a trezorech přibližně 3 000 raznic. Ročně zde vzniká na 100 tisíc kusů mincí, čímž se opět stává významným hráčem na poli svého oboru. Razí nejen repliky historických mincí, ale i medaile současného charakteru a zakázkové ražby do kovů běžných i drahých.

Její zákazníci najdete mezi městy, obcemi, firmami, organizacemi, ale třeba i divadly, muzei, sportovními kluby, zoologickými zahradami nebo jednotlivci, kteří si zde objednájí třeba jen jednu medaili s textem *Vítám Tě na světě. Tvoje babička*. Ta je většinou stříbrná nebo zlatá. Právě kusová výroba a originální design na zakázku jsou hlavními přednostmi této mincovny. Zjednodušeně se dá říct, že vám tu do deseti dnů splní téměř každé přání. ■

TEXT: JANA JENŠÍKOVÁ

FOTO: ARCHIV SPOLEČNOSTI HALEN



Mince ANO/NE z dílny Zlatohorské mincovny. Ne všechna rozhodnutí musí být složitá. Někdy stačí hodit minci a nechat věci plynout. I náhoda má v životě své místo

You can also read this article in English on itradenews.cz



Iva Štefllová:

S NÁMI SE ČESKÉ FIRMY MOHOU DOSTAT I K ZAHRANIČNÍM VEŘEJNÝM ZAKÁZKÁM

Veřejné zakázky představují obrovské obchodní příležitosti. Jak se k nim ale dostat? Cesta nebývá snadná a firmy na ní určitě ocení spolehlivého průvodce. Jedním z nich je mezinárodní společnost Tender Service Group, pod kterou spadá i česká pobočka Tender Service s portálem Veřejná-soutěž.cz. Hovoříme s její country manažerkou Ivou Štefllovou.



Ing. Iva Štefllová je country manažerkou české pobočky Tender Service již 17 let. Vystudovala ČZU v Praze

Co všechno vaše společnost umí? V čem jste jedineční?

Tender Service Group, jejíž součástí je také česká pobočka Veřejná-soutěž.cz,

poskytuje komplexní služby uchazečům o veřejné zakázky. Na českém trhu působíme od roku 2004 a jsme pro dodavatele spolehlivým partnerem. K zasílání

zakázek jsme postupně přidali nové produkty, které zvyšují šance dodavatelů na úspěch – například informace o konkurentech, reporty o trhu, upozornění na končící smlouvy či konzultační služby.

Nabízíte i zakázky ze zahraničí?

Ano, díky našim lokálním týmům mají čeští dodavatelé přístup i k zahraničním tendrům. Kolegové znají národní specifika a přesně vědí, kde jsou zakázky zveřejňovány. Firmy tak dostávají přehledné e-mailové informace podle svého oboru a požadavků. Tendry jsou vypisovány opravdu téměř pro jakýkoliv obor.

Tender Service Group

využívá zkušenosti více než
400 specialistů a veřejné zakázky
monitoruje ve 41 zemích.

Jak široká je vaše síť?

Jako součást skupiny Tender Service Group využíváme know-how a zkušenosti více než čtyř set zaměstnanců. Veřejné zakázky monitorujeme ve 41 zemích (plus v Úředním věstníku EU – TED). Kromě České republiky máme pobočky na Slovensku, v Německu, Rakousku, Bulharsku, Španělsku, Polsku, Slovinsku, Maďarsku, Chorvatsku,

Srbsku, Bosně a Hercegovině, Švýcarsku, Řecku a Rumunsku. O zakázky z Latinské Ameriky se stará pobočka v Kolumbii.

Dokážete poskytnout i další informace, třeba zmapovat konkurenci?

Ano, to také umíme. Naše aplikace umožňuje zobrazit, které firmy vyhrály zakázky v daném oboru, jakou zvolily cenovou strategii a u jakých zadavatelů uspěly. Díky službě Chytrá analýza zakázek tak můžou dodavatelé lépe plánovat svou obchodní strategii.

Někdy si podnikatelé kladou otázku, zda se vůbec vyplatí účastnit se zahraničních tendrů. Co byste jim odpověděla?

Děkuji za tu otázku. Firmy často váhají, zda se jim účast vyplatí. Naše data z Evropy i Latinské Ameriky jim mohou s rozhodováním pomoci. Analýzy ukáží, kde uspěla konkurence, a služba Očekávané zakázky upozorní na řízení, která se budou brzy znovu vypisovat.

Veřejné zakázky v EU

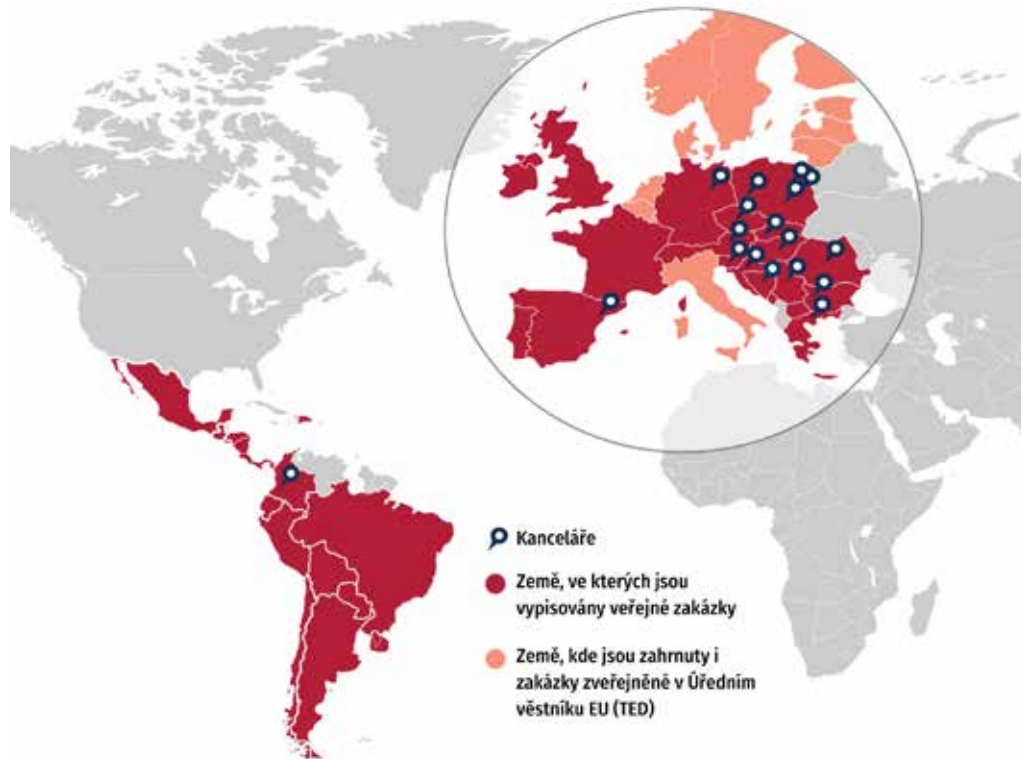
Představují obrovský trh – každoročně přes 14 % HDP EU, tedy více než 2 biliony eur. Přesto se do přeshraničních tendrů zapojují jen málo firem, zejména malých a středních podniků. Studie ECIPE (European Centre for International Political Economy) uvádí, že mezi lety 2016–2019 obdrželo jen asi 7 % zadavatelů nabídku ze zahraničí.

Co může účast v zahraničních tendrech ještě usnadnit?

Například ESPD – jednotné evropské osvědčení, které v raných fázích nahrazuje množství potvrzení samostatným čestným prohlášením. Nebo databáze e-CERTIS, která mapuje národní certifikáty napříč EU, aby usnadnila podávání nabídek do zahraničí.

A když dodavatel potřebuje více podpory?

Také na to jsme připraveni. Se vstupem na zahraniční trhy pomáhají dodavatelům naši lokální experti. Nově



poskytujeme také telefonické konzultace, od rychlých rad až po komplexní podporu při přípravě nabídek. V rámci této služby nabízíme klientům jistotu, že se budou mít na koho obrátit. Pokud si při přípravě nabídky nebudou vědět rady, jednoduše zavolají a spojí se s naším specialistou.

Můžete prozradit, kde soutěží čeští dodavatelé nejčastěji?

Největší zájem je stále o slovenské zakázky díky blízkému jazyku, roste však také poptávka po německých a polských tendrech, hlavně kvůli logistice a blízkosti. Ovšem vzrůstá například i zájem o zakázky z Latinské Ameriky. Naše data pomáhají dodavatelům analyzovat nové trhy ještě před vstupem na ně.

Jak se vám daří dostat k informacím a zajistit jejich přesnost?

Více než 120 kolegů z oddělení dat a vlastní technologie nám umožňují sledovat i malé a nestrukturované zdroje. Díky více než dvaceti letům zkušeností známe specifika trhu a umíme je využít v praxi.

Vaše skupina má široký záběr. Jaké jsou další vize?

Postupně jsme se vyvinuli z poskytovatele informací o veřejných zakázkách ve společnost, která nabízí pokročilá řešení provázející firmy celým procesem

zadávacího řízení – od vyhledávání příležitosti přes analýzu konkurence a zadavatelů až po přípravu vítězných nabídek. Tento posun nám otevřel mnoho nových možností pro inovace. Skvělým příkladem je využití AI, která posouvá kvalitu našich dat na zcela novou úroveň. ■

ZA ROZHOVOR DĚKUJE JANA JENŠÍKOVÁ
FOTO: ARCHIV SPOLEČNOSTI TENDER SERVICE

Tender Service, s.r.o.

Společnost působí v ČR od roku 2004 a je součástí mezinárodní skupiny Tender Service Group. Portál Veřejná-soutěž.cz nabízí kromě přehledu zakázek také informace o konkurentech a trhu a osobní podporu po telefonu i e-mailem.

www.verejna-soutez.cz

Služby si můžete zdarma a bez závazků otestovat na 7 dní: <https://www.verejna-soutez.cz/test-zdarma>

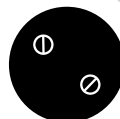




MY CLINIC v kostce



Komplexní péče
pro celou rodinu
pod jednou střechou



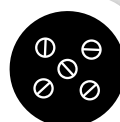
Lékaři
a terapeuti
světových kvalit



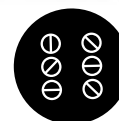
Špičkové
přístrojové vybavení
jako ve fakultních
nemocnicích



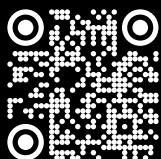
Dostatek času
na každé vyšetření
a krátké objednací
lhůty



Smlouvy
se zahraničními
zdravotními
pojišťovnami
(Direct Billing)



Výborná dostupnost
MHD, parkování
přímo v budově



MY CLINIC
budova Telehouse
Generála Píky 430/26
Praha 6-Dejvice

myclinic@myclinic.cz
www.myclinic.cz
www.onedaysurgery.cz
+420 222 900 900



MEDICÍNSKÉ CENTRUM MY CLINIC:

PRVOTŘÍDNÍ KVALITA, KOMPLEXNOST SLUŽEB A EMPATICKÝ PŘÍSTUP

„Jsme natolik velkým zdravotnickým zařízením, abychom uměli poskytnout na jednom místě komplexní péči pro celé rodiny i firemní klientelu. Zakládáme si na tom, že pro naše klienty máme dostatek času na každé vyšetření a konzultaci a rovněž pochopení s lidským přístupem. Naším cílem je navázat s nimi dlouhodobý vztah, „opečovat“ je nejen v nemoci, ale také ve zdraví,“ říká Michal Šafránek, ředitel soukromé kliniky MY CLINIC, která sídlí na více než 3 200 metrech čtverečních moderní budovy Telehouse v pražských Dejvicích. „Usilujeme o to, aby se naše klinika stala synonymem moderní, bezpečné a empatické zdravotní péče.“

Medicínské centrum bylo otevřeno před téměř pěti lety a od té doby mění narativ zdravotní péče v České republice. Vrací se k tradici rodinných lékařů, poskytuje svým klientům dlouhodobě komplexní péči a rozvíjí koncept celostní medicíny. Klinika stojí na třech pilířích – ambulantní péči pro dospělé, pediatrickém centru s dětskými lékaři a specialisty a velkoryse vybudovaném zázemí jednodenní chirurgie včetně rentgenové stanice.

„V současnosti náš osmdesátičlenný tým lékařů a terapeutů pokrývá třicet lékařských specializací, tedy komplexní zdravotní péči pod jednou střechou. To nám



„Věříme, že klíčem k úspěchu je spojení odborné péče s osobním přístupem a porozuměním, které připomíná péči rodinného lékaře. Každému klientovi věnujeme dostatek času, pochopení a respektu, abychom mohli vytvořit dlouhodobý vztah založený na důvěře.“

Ing. Michal Šafránek, ředitel MY CLINIC

přes cévní chirurgii, až po výkony břišní a obecné chirurgie či výkony proktologické nebo z oblasti dětské urologie. Klinikou excelenci tu navíc prokládají porozuměním a lidským přístupem. ■

ZDROJ: MY CLINIC

FOTO: UNIVERZITA KARLOVA/VLADIMÍR ŠIGUT
A ANTECOM/MAREK JENŠÍK

MY CLINIC je dlouhodobě exkluzivním držitelem akreditace Ministerstva zahraničí Spojených států amerických pro žadatele o přistěhovalecká víza, kterým zajišťuje povinné lékařské prohlídky. „Tato spolupráce je pro nás privilegiem a zároveň potvrzením naší schopnosti poskytovat kvalitní a důvěryhodnou péči pro široké spektrum klientely,“ dodává ředitel kliniky.



„S každým pacientem úzce spolupracujeme, abychom pochopili jeho skutečné potřeby, prozkoumali možnosti, které preferuje, a společně s ním našli cestu k jeho lepšímu zdraví. Tento proces spolupráce zajišťuje, že se naši pacienti cítí být vyslyšeni, respektováni a mají možnost činit informovaná rozhodnutí.“

doc. MUDr. Barbora East, PhD, FEBS AWS,
chirurgka a hlavní lékařka centra
jednodenní chirurgie MY CLINIC

umožňuje v běžné péči zareagovat na potřebu našeho klienta do druhého dne. V rámci jednodenní chirurgie máme možnost nabídnout termín v horizontu týdnů. Jednodenní chirurgie je chloubou MY CLINIC. Umožňuje klientům podstoupit chirurgický zákrok a opustit kliniku ještě tentýž, případně druhý den. Minimální čas strávený ve zdravotnickém zařízení přispívá k eliminování stresu spojeného s hospitalizací a klienta méně zatěžuje. Dalšími výhodami jsou nižší riziko infekcí a komplikací spojených s delším pobytem v nemocnici a rychlejší zotavení. S moderní infrastrukturou a týmem vysoce kvalifikovaných chirurgů – vybavených i jazykově – centrum nabízí širokou škálu specializovaných chirurgických služeb. Od ortopedických a gynekologických zákroků

You can also read this article
in English on itradenews.cz



Lucie Spáčilová:

UČÍME MANAŽERY ROZUMĚT LIDEM KDE TO NEBUDOU UMĚT, NEPŘEŽIJÍ

„Dříve podniky svou pozici zaměstnavatele často neřešily, dnes už je to jinak. Uvědomují si, že bez šikovných lidí se nepohnou dál, ale mnohdy jdou na jejich získání zkratkou a neefektivně. Nestačí totiž vytvořit skvělý profil firmy na sociální síti a tvářit se, jak je u nich báječné pracovat. Nejen že nablýskaný obal nemusí odpovídat obsahu, což se v čase ukáže, ale skvělý obraz nepřitáhne samé skvělé a produktivní lidi, kteří chtějí k výsledku přispět, ale také ty, kteří se na úspěchu jen přiživí.“ Jak získat do týmu ty správné lidi a jak si je udržet? Ptáme se Lucie Spáčilové, zakladatelky a výkonné ředitelky společnosti Performia Česká republika.



Lucie Spáčilová je zakladatelka a spolumajitelka společnosti Performia Česká republika. O tom, že její firma důvěru klientů má, svědčí také to, že byla už po jedenácté vyhodnocena jako nejlépe prosperující a expandující pobočka v rámci Performia International

HR neošidíte

Zhruba před rokem jste mluvila o tom, že práce s lidmi je v mnoha firmách popelkou a čeká v koutě, až na ni přijde řada. Nejprve se vymazlí produkt, pak se dělá marketing a pak možná...? Manažeři si chybu uvědomí, až když jim začnou chybět ti správní lidé. Změnilo se něco?

Lidské zdroje byly zanedbávány tak dlouho, že rok je krátká doba na to, aby se všechno spravilo. Ale mohu říct, že se to zlepšuje, firmy si důležitost HR začínají uvědomovat a snaží se s tím něco dělat. Jen mají často představu, že dlouhodobou poctivou práci na budování kvalitního týmu, která má své zákonitosti a nedá se uspěchat, tak nějak přeskočí: uděláme firemní kulturu, uspořádáme týmovou akci, předvedeme se na sociální síti – a oni si nás ti skvělí pracovníci najdou sami. Tak to ale nefunguje. Je to stejné, jako když chcete upéct buchty: nezačnete hned cukrovat prázdný talíř, ale nejprve uhnětete těsto, což je na celém procesu nejpracnější.

Čemu se tedy firmy nevyhnou?

Musejí začít od podlahy. Rozhlédnout se, jaké vlastně lidi mají ve svém týmu. Nezáleží na počtu, ale na jejich produktivitě. Najednou vidí, že jsou tam neproduktivní brzdiči, kteří už by tam dávno být neměli, ale zůstávají tak nějak ze

”

PŘI PRÁCI S LIDMI
JE HLAVNÍ DŮVĚRA.
TA, KTEROU ZÍSKÁTE, I TA,
KTEROU JIM DÁVÁTE.

zvyku, třeba proto, že jsou zaměstnaní spoustu let a nikdo se nezamyslel, jestli jsou i dnes přínosem. A na druhé straně vidí ty pracovité, produktivní, kteří jsou ale mnohdy přetíženi a demotivováni, a i když se jim ve firmě líbí, pomýšlejí na změnu. Není lehké si připustit, že jsem jako manažer něco podcenil. A už vůbec není lehké udělat nepopulární rozhodnutí a rozloučit se s člověkem, s nímž jsem firmu zakládal, vysvětlit rodinnému příslušníkovi, že se na danou pozici nehodí... I tyto situace s firmami prožíváme.

Máme na 700 firemních klientů. Dobrý vzorek na to, abychom viděli, že naše know-how funguje

Takže jsme po roce na poli lidských zdrojů ve firmách pokročili, ale ne tam, kam bychom potřebovali. Co s tím? V čem můžete pomoci?

Po jednadvaceti letech zkušeností si troufnu říct, že Performia lidem rozumí. Díky našemu jedinečnému know-how dokážeme vnést do práce s lidmi a budování firemního týmu systém, který funguje. To se pak odrazí i na ekonomických výsledcích podniku a jeho celkovém obrazu. Umíme naslouchat a ke každému klientovi přistupujeme s velkou empatií, abychom pro něj mohli vytvořit služby na míru. Takové, které přinesou praktický

výsledek. Náš tým totiž usiluje o to, aby věci skutečně fungovaly a přinesly výsledek. Nehrajeme si na pozlátko.

Změnilo se něco v čase ve vaší práci? Co dnes nejčastěji ve firmách řešíte?

Jak už jsem uvedla, základem zůstává naše know-how, ovšem naše působení ve firmách samozřejmě doznává určitých změn. Stále víc se soustředíme na dlouhodobou práci s našimi klienty, chceme víc energie věnovat těm, kteří k HR přistupují zodpovědně, jít s nimi krůček po krůčku k úspěchu a stabilitě. Takových je nyní zhruba 130, vlastní naši licenci a vzájemně si důvěřujeme.

S většinou z nich jsme nyní ve fázi, že už víme, že jim naše know-how vyhovuje, vyškolili jsme vedení firmy – a začínáme pořádat semináře pro nižší management. Většinou to má stejný scénář: vedoucí pracovníci přicházejí na naše školení z musu a zrovna na nich vidíte, že si myslí, co je to zase za blbost, která je odvádí od důležité práce. Po pár desítkách minut, kdy se s nimi pobavíme o tom, co je trápí a o čem seminář bude, již s námi otevřeně rozmlouvají – a do zpětných dotazníků nám pak píší, že byli velmi skeptičtí, ale že si odnášejí praktické věci. Na další seminář se už těší a přicházejí s vlastními zkušenostmi, které s ostatními sdílejí. Získali jsme si jejich důvěru tím, že jsme se je od začátku nesnažili napasovat do nějaké kolonky „manažer, který rozumí lidem“, ale nechali jsme je být sami sebou. Jen jsme jim k tomu přidali pár receptů na to, aby svým lidem rozuměli a nehledali na nich pouze chyby.

Opět tu padlo slovo důvěra. Je právě v ní začarovaný úspěch?

Důvěra je totiž základ. Rozhodně bychom o ni měli usilovat, a to nejen při budování firemního týmu. Pro manažera to má dvě stránky: měl by získat

3 kroky k úspěšné transformaci podle Lucie Spáčilové

- 1 Definujte si konkrétní cíl nebo cíle. Nepodnikejte změny jen proto, že se to očekává. Čím konkrétnější cíl je, tím je snazší k němu najít přímou cestu.
- 2 Najděte správné interní partáky. Vyberte z týmu ty, kteří mají rádi nové věci a kterým potřebné změny nejvíce prospějí. Díky nim uspějete rychleji.
- 3 Inspirujte se tam, kde tím už prošli. Oslovte nejen specialisty, ale také podobné firmy jako jste vy a zjistěte, co jim zafungovalo a čeho se vyvarovat.

důvěru svých lidí, ale také by se měl naučit, jak jim ji opravdu s vnitřní jistotou dát. Je to totiž začarovaný kruh. Pokud manažer nedůvěřuje svým lidem, nepřevezmou zodpovědnost – a on si pak stěžuje, že nejsou dostatečně iniciativní a že je přetíženi. ■

S LUCIÍ SPÁČILOVOU SI POVIDALA JANA JENŠÍKOVÁ
FOTO: ARCHIV PERFORMIA
WWW.PERFORMIA.CZ



Chcete se o důvěře dozvědět víc?
**Konference Performia:
Probud'te sílu svého týmu**

20.–21. 5. 2026

Aquapalace Hotel Prague, Čestlice

Z loňské dvoudenní konference Performia, které se zúčastnilo téměř 150 zástupců společností z různých oborů





Rok transformace podnikání 2025

ZVÝŠENÍ POVĚDOMÍ MSP

O VÝZVÁCH A PŘÍLEŽITOSTECH SPOJENÝCH
S TRANSFORMACÍ PODNIKÁNÍ (DEINDUSTRIALIZACE,
DIGITALIZACE, KYBERNETICKÁ BEZPEČNOST)

POSÍLENÍ KONKURENCESCHOPNOSTI MSP

DÍKY PRAKTICKÝM DOPORUČENÍM
A POSTUPŮM PRO TECHNOLOGICKÝ ROZVOJ, UDRŽITELNOST
A EFEKTIVNÍ ŘÍZENÍ RIZIK

ZAJIŠTĚNÍ FINANČNÍ A TECHNOLOGICKÉ PODPORY

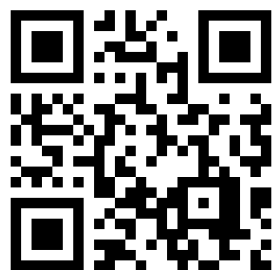
PRO MSP PROSTŘEDNICTVÍM SPOLUPRÁCE S BANKAMI
A KORPORACEMI

VZDĚLÁVÁNÍ A ROZVOJ MSP

S CÍLEM ZVÝŠIT JEJICH PŘIPRAVENOST
NA TECHNOLOGICKÉ
A ENVIRONMENTÁLNÍ ZMĚNY



ASOCIACE MALÝCH A STŘEDNÍCH
PODNIKŮ A ŽIVNOSTNÍKŮ ČR



WWW.AMSP.CZ



SKODA

KB



PKF / APOGEO

allegro

ÚŘAD
PRŮMYŠLOVÉHO
VLASTNICTVÍ



cognito



MyCom
Solutions



online star

Business
INFO.cz



eTRADE

FINMAG



fael
.cz

Finanční
a ekonomické
informace

ADVERTES

SOUTĚŽ NASTARTUJTE SE 2025 PRO ZAČÍNÁJÍCÍ PODNIKATELE ZNÁ SVÉ VÍTĚZE



Na galavečeru Dne podnikatelů ČR, který se konal 13. listopadu, byli mezi oceněnými také vítězové 13. ročníku grantového programu Komerční banky a Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR (AMSP ČR) pro začínající podnikatele s názvem Nastartujte se. Porota vyhodnotila nejlepší projekty: *(řazeno abecedně)* Aby Vám mohlo říct, co cítí, HOMAGRA – systém pro regeneraci půdy, zdrojů a soběstačnosti a MrRizz.cz – parfémová revoluce. Cenu veřejnosti v hodnotě 50 tisíc korun získal projekt Yeti – adaptivní úniková hra. Komerční banka spolu s partnery soutěže rozdělila mezi soutěžící více než jeden milion korun a samotný vítězný projekt získá finanční podporu 300 tisíc korun.

Zde jsou medailonky oceněných:

Aby Vám mohlo říct, co cítí

Kurz „Aby Vám mohlo říct, co cítí“ je praktický online program pro rodiče dětí ve věku 3 až 10 let. Pomáhá porozumět dětským emocím a reagovat na ně s klidem a respektem. Rodiče se naučí, proč děti emoce prožívají jinak než dospělí, jak je doprovázet v každodenních i kritických situacích a jak se vyhnout častým chybám.

www.povyruzt.cz/kurz-o-detskych-emocich

HOMAGRA – systém pro regeneraci půdy, zdrojů a soběstačnosti

HOMAGRA je živý systém, který přináší regeneraci půdy, proměnu odpadu na zdroj a návrat smyslu do podnikání. Propojuje vermikompost, biouhel, ovčí vlnu, fermentaci a bioenergetiku do přírodních produktů, které zvyšují úrodnost, obnovují mikrobiom, podporují kořeny, zadržují vodu i uhlík a přinášejí půdě znovu dech. HOMAGRA není jen podnikání – je to způsob, jak žít, tvořit a hospodařit v rovnováze s krajinou a životem.

www.zizalica.cz

MrRizz.cz – parfémová revoluce

MrRizz je nový parfémový guru, který založil svůj byznys na poptávce po malých testerech světoznámých parfémů. Staví personalizované obdávky parfému levně a rychle, vše s ohledem na pohlaví, roční období nebo na věkovou strukturu. Nabízí konkurenční ceny známých značek parfémů v originálních velikostech, ale hlavní důraz klade na nabídku menších 1–5 mililitrových lahviček.

www.mrrizz.cz



Dantcho Dobrinov Mitchev:

TRADE NEWS – KOMPETENTNOST A PROFESIONALITA

„Magazín TRADE NEWS ve svém čísle 4/2025 jasně ukázal, že na staré partnery a přátele by se nemělo zapomínat! Toto číslo časopisu bude nesporně užitečné široké škále ekonomicky aktivních subjektů v České republice, ať kontakty s bulharskými partnery už mají, nebo je to teprve čeká. Kompetentnost redakce a novinářské mistrovství se projevily ve vysoké kvalitě publikovaných materiálů a potvrdily mé přesvědčení, že Bulharsko se v Česku těší rostoucímu zájmu a oblibě. Děkuji a přeji mnoho úspěchů!“

Dantcho Dobrinov Mitchev je velvyslancem Bulharské republiky v ČR.



Vladimíra Halíčková:

TRADE NEWS JE SKVĚLÉ MÉDIUM

„TRADE NEWS vnímáme jako ideální médium pro propagaci firmy. Jeho zaměření zaručuje, že naše sdělení míří přímo tam, kde chceme, aby se o nás vědělo. Veškerá administrativa i organizační zajištění probíhaly rychle a bez komplikací.“

Vladimíra Halíčková je PR and Copywriter v QI GROUP a.s.



Petr Pšenička:

PROFESIONÁLNÍ PŘÍSTUP REDAKCE OCEŇUJI

„Publikování v TRADE NEWS pro nás bylo skvělou příležitostí, jak představit STROS a naše exportní aktivity širší odborné veřejnosti. Oceňuji profesionální přístup redakce i kvalitní zpracování článku.“

Ing. Petr Pšenička je obchodním ředitelem STROS – Sedlčanské strojírny, a.s.

Dalších 173 referencí najdete na homepage www.itradenews.cz a na www.tradenews.cz/reference.



Šéfredaktorka

PhDr. Jana Jenšíková

Redakce

PhDr. Věra Vortelová
Ing. Mgr. Daniel Libertin
Ing. Martina Hošková
Martin F. Fabík

Grafická úprava

Ing. Valeria Ashhab
Martin F. Fabík

Korektury

PhDr. Milena Gillová

Produkce

Mgr. Marek Jenšík

Ekonomický servis

Ing. Tereza Gulánová

Právní servis

Advokátní kancelář Kvapil Kvapilová
Hofmanová

Foto

isifa CEE s.r.o.
www.shutterstock.com/cs/

Distribuce

Mail Step a.s.

Tisk

Akotext s.r.o.

Vydavatel

ANTECOM s.r.o.
Blatenská 2166/7
148 00 Praha 4
produkce@antecom.cz
Tel./fax: +420 272 935 558
Redakční servis: +420 602 313 176
www.antecom.cz

Titulní foto

Shutterstock

Za obsah inzerce zodpovídá inzerent. Žádné části textu nebo fotografie z TRADE NEWS nesmí být používány, kopírovány nebo jinak šířeny v jakékoliv formě či jakýmkoliv způsobem bez písemného souhlasu vydavatele.

www.tradenews.cz
www.itradenews.cz

**2364 dokumentů**

Rozhovory

Exportní šance

Profiliga firem

Finance a pojištění

Nové technologie

Infografiky

Z praxe

Zprávy ze světa obchodu

www.itradenews.cz

Děkujeme za váš zájem o časopis TRADE NEWS, magazín o obchodu a exportu, který vydavatelství ANTECOM ve shodě s tiskovým zákonem dlouhodobě připravuje ve spolupráci s Asociací malých a středních podniků a živnostníků ČR, Ministerstvem zahraničních věcí ČR, Ministerstvem průmyslu a obchodu ČR, agenturami CzechTrade a CzechInvest a dalšími institucemi podporujícími český vývoz. Zůstaňte našimi čtenáři a budete mít i nadále aktuální informace o nových trendech v obchodu a exportu, specifických zahraničních trzích a obchodních příležitostech, praktické rady pro vstup na zahraniční trhy a působení na nich, finanční a právní poradenství atd.

Společnost ANTECOM s.r.o., IČ: 28362926, se sídlem Blatenská 2166/7, 148 00 Praha 4, pracuje s osobními údaji odpovědně a v souladu s požadavky zákona č. 101/2000 Sb., o ochraně osobních údajů. V souvislosti s implementací požadavků GDPR, tj. nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) 2016/679 o ochraně osobních údajů, si vás dovoluujeme informovat, že zpracování vašich osobních údajů pro přípravu direct mailingové databáze, která obsahuje pouze poštovní doručovací adresy a slouží výhradně k bezúplatnému zaslání titulu TRADE NEWS, provádíme z důvodu oprávněného zájmu společnosti ANTECOM s.r.o., kterým je poskytování informací v oblasti obchodu a exportu. Předmětná databáze byla sestavená a je průběžně doplňovaná na základě požadavků partnerů titulu nebo přímo na základě požadavků vašich. Aktualizuje se před každým novým vydáním a předešlá databáze se vymazává. Proto vás nebudeme obtěžovat žádostí o udělení souhlasu se zasláním titulu TRADE NEWS, ale umožníme vám v případě, že si to budete přát, váš subjekt (firma/jméno/ulice-číslo/obec/PSČ) z předmětné databáze pro bezúplatný direct mailing magazínu jednoduše odhlásit na adrese: produkce@antecom.cz. Nařízení GDPR vstoupilo v platnost 25. května 2018. Od tohoto data máte možnost uplatnit tato svá práva: právo na výpis evidovaných údajů, opravu, výmaz, omezení zpracování, vznést námitku, podat stížnost prostřednictvím e-mailové adresy: poverenec@antecom.cz.

Dobrá rada drahá.

Proto v programu ELENA
nabízíme 90% slevu na energetické
a dotační poradenství.

Banka vašeho
businessu



Více o **programu ELENA** pro střední a velké podniky



Program je spolufinancován Evropskou investiční bankou / InvestEU Advisory Hub.

Výhradní odpovědnost za obsah této inzerce nese Komerční banka, a.s. Obsah nemusí nutně vyjadřovat názor Evropské unie. Evropská investiční banka ani Evropská komise nenesou odpovědnost za jakékoli použití informací obsažených v této inzerci.