

dReport.cz

Deloitte Technology Fast 50 speciál | 2019

**Tech firmy
a daně**

**Ochraňte
své nápady**

**Co dokáže
fintech**

**Fast 50: Kdo
se přihlásil?**

Deloitte.

50 | Technology **Fast 50**
2019 CENTRAL EUROPE

DOPORUČUJEME...



04

6 pilířů, na nichž stojí úspěch jménem Prusa Research



06

Virtuální a rozšířená realita v podání Pocket Virtuality



12

Blindspot Solutions: Umělá inteligence vs. strojové učení



14

Recept na úspěch? Fungující produkt a správní lidé



18

Appky i fuck-upy digitální agentury The FUNTASTY



24

Fintech Twisto ukazuje budoucnost plateb

Říjen patří soutěži Deloitte Technology Fast 50

Také vás tak fascinují příběhy o houževnatých startupech a jejich nápadech, které se strefí do mezery na trhu, svezou se na nových trendech nebo je samy vytvářejí? O jejich raketové cestě vzhůru, která snad nikdy nebude mít konec?

Příběhy o úspěchu jednoho či dvou zakladatelů, často spolužáků ze školy nebo zkrátka jen nadšenců, který se dostaví hodně rychle, nebo se k němu naopak dojde oklikou? Přes osobní (ne)zdary, protože i ty prostě k podnikání patří...

Všechny ty příběhy z malého českého rybníčku, který už ale dávno malý není, protože z něj vyplouvají nápady, jež výrazným způsobem promlouvají do světového dění?

Nás ano, a proto jsme další vydání časopisu dReport zaměřili na žebříček Deloitte Technology Fast 50 a firmy, které se do něj v roce 2019 přihlášily.

Představíme vám známé tváře soutěže i vycházející hvězdy, které

rozhodně budou stát za pozornost, protože převratností svých nápadů už dnes překračují středoevropský region, kde soutěž 20. rokem vyhlášíme.

A ruku v ruce s nimi i témata spojená s rozmachem umělé inteligence, strojovým učením, analýzou přirozeného jazyka a spoustu dalších inovací, které se budou čím dál tím častěji stávat běžnou součástí našich životů.

Malá ochutnávka? Prusa Research, Pocket Virtuality, Blindspot Solutions, Twisto, Ackee, SentiSquare...

Začtete se. Inspirujte se. Poznejte zlaté české ručičky 21. století.

Klára Vyskočilová
Šéfredaktorka časopisu
a blogu dReport

Jiří Sauer
Partner Deloitte, líder programu
Technology Fast 50

V jubilejním 20. ročníku soutěže Deloitte Technology Fast 50 bodovalo nejvíc českých firem v celé historii tohoto žebříčku. Kompletní výsledkovou listinu najdete na www.deloitte.cz/fast50.

PARTNEŘI SOUTĚŽE:



Úspěch jménem Prusa Research

Měsíčně jejich tiskárny vyrobí dalších 6 000 tiskáren, a kdyby den neměl omezení, vyrobily by jich snad ještě více, protože zájem o ně neustává. Jejich stopy, tedy přesnější tiskárny, najdete po celém světě. I přesto všechno řídí pořád jen z Prahy.

Pokud jde o výrobu 3D tiskárny, jsou naprosto soběstační, od A do Z. To je Prusa Research, firma z Česka, která svými produkty dobývá svět.

Recept na úspěch? Průša 3D koktejl, namíchaný z obrovského nadšení, otevřenosti, technických znalostí,

podnikavého ducha, spousty nápadů a pochopitelně i trošky toho štěstíčka. Ale možná by nakonec stačila jen jedna ingredience. „Je to úplně jednoduché, stačí se dobře starat o zákazníky. Právě to nejvíc funguje,“ říká **Josef Průša, CEO a zakladatel Prusa Research.**

3 otázky pro otce 3D tisku (nejen) v Česku

Josefe, výroba vlastního filamentu, PrusaLab, loni nejrychleji rostoucí technologická firma ve střední Evropě a 3. místo v žebříčku Deloitte Technology Fast 500 EMEA s růstem 17 122 %. Pokořená miliarda v tržbách = odškrtnuto ze seznamu! Jakou další metu před sebou máte?

Nyní už zbývá jen ta světová dominance, o které tak dlouho mluvíme... 3D tisk má před sebou ještě dlouhou cestu, a tak se budeme stále snažit o to, jak ho zefektivňovat a zpřístupňovat širší veřejnosti. Ve vývojovém týmu máme už přes 60 kolegů. Vedlejším efektem snad bude i nějaký ten další růst...

Koupili jste společnost Futur3D, čímž jste rozšířili své pole působnosti také na oblast DLP/SLA tiskáren. Jak vám dosavadní zkušenosti pomohou „ovládnout“ i tuhle oblast a co konkrétního z této akce dále vzejde?

Po roce usilovného vývoje a testování máme venku naši Original Prusa SL1 tiskárnu, o které si troufáme tvrdit, že je naprostou špičkou v oboru. Pro nás šlo o důležitou zkušenost, protože kvalitou zpracování je to náš nový mezník a nyní se snažíme co nejrychleji naškálovat výrobu.

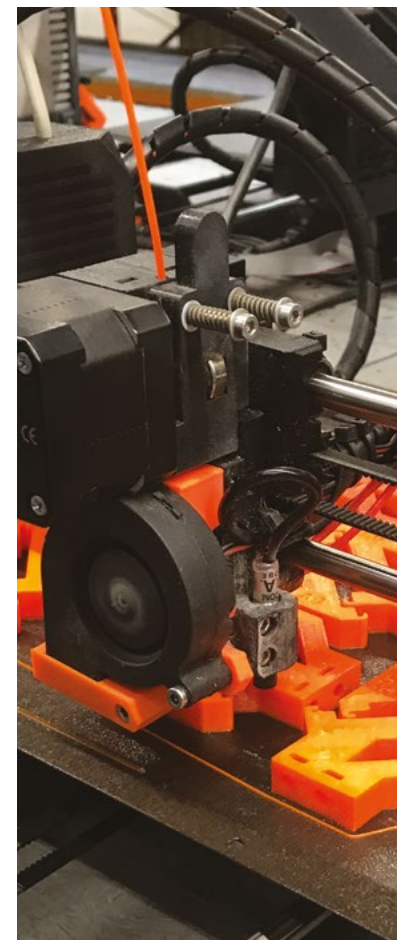
První narozeniny má za sebou i PrusaLab (dílna pro kutily), nově si u vás lze vyzkoušet i něco odlišného: vyšívací stroj. Jak se od 3D tisku dojde k vyšívání? A co dalšího pro své členy chystáte?

V PrusaLabu od začátku nemáme pouze 3D tiskárny, ale je to takový ráj každého kutila a makera. Máme třeba stroj na výrobu vakuových forem, tří a půltunovou profesionální frézku, soustruh, router, pájky, vrtačky... Takže proč ne vyšívací stroj? Do budoucna se chceme zaměřit hlavně na lepší pomoc projektům naší komunity.



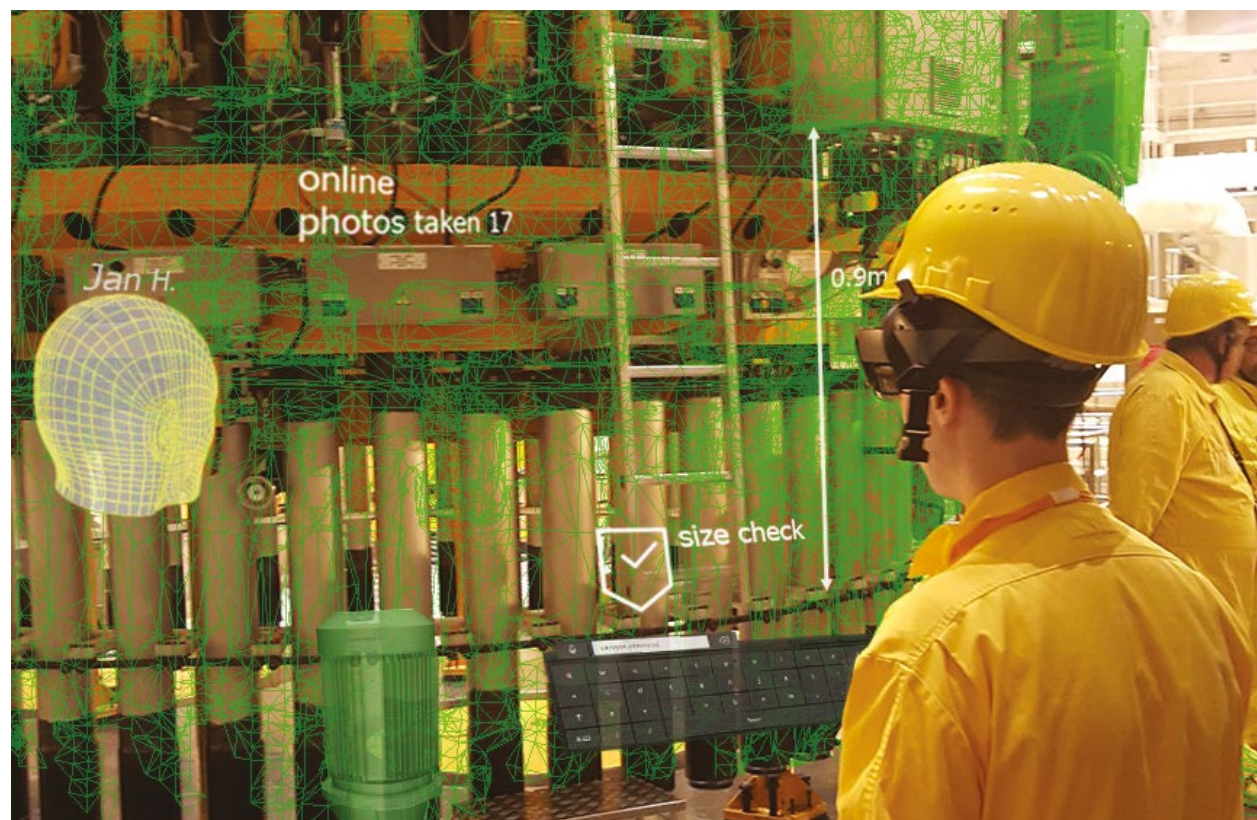
Raketový růst

„Stačilo jen pár let k tomu, aby se firma Prusa Research stala jednou z nejvíce inovativních a rostoucích společností v 3D průmyslu. A to bez jakýchkoliv vnějších investic,“ říká senior manažerka Kateřina Novotná, která má v Deloitte na starosti technologické firmy. A doplňuje: „Povedlo se jim včas naskočit na novou vlnu 3D tisku a využít ji ve svůj prospěch. Díky tomu dosáhli raketového růstu a rychle expandovali do celého světa. Udržet stávající růst pochopitelně už bude čím dál tím těžší, pánové Průšové ale stále chrlí nové nápady a mají opravdu velmi solidně nakročeno k tomu, aby 3D tisk ovládli z globálního pohledu.“



6 pilířů, na nichž to celé stojí

- 1 Trefa do černého:** Josef Průša byl v pravou chvíli na pravém místě. To není klišé, ale příběh o tom, když se vám podaří chytit nový trend a přetvořit ho k obrazu svému, přizpůsobit se potřebám trhu i zákazníkům a nabídnout jim kvalitní produkt za dobrou cenu. A díky tomu všemu vytvořit početnou novou komunitu nadšenců.
- 2 Co Čech, to kutil:** Josef Průša tuhle tradici obnovil a zpřístupnil mladší generaci. Tiskárnu si můžete doma sestavit od první po poslední součástku úplně sami. A komu takové to domácí kutilství nestačí, má k dispozici dílnu PrusaLab, kde se střetává kreativní svět s moderními technologiemi. Tady si rád pohraje každý...
- 3 Příznivá cena:** Poměr cena/výkon je nastaven tak, aby byl produkt dostupný i pro běžného jedince. Tiskárnu si tak dnes už můžete pořídit za stejnou cenu jako značkový mobil. Každá součástka má své místo, nic nepřebývá. Design je až na druhém místě, dominantou je funkčnost a právě cena. Surový vzhled k produktu sedí.
- 4 Netypický startup:** Firma staví od začátku na svých základech. Bez pomoci investora se sama vypracovala na vrchol. Dnes má už přes tři stovky zaměstnanců, loni v tržbách překonala první miliardu. Poohlíží se po konkurenci a rozšiřuje pole působnosti (v roce 2018 koupila společnost Futur3D).
- 5 Otevřenost:** Upgrade i pro majitele starších tiskáren s každým novým modelem probíhá automaticky. Zákaznický servis je připravený prakticky okamžitě vyřešit problém, a to celosvětově. Než by bojovali s plagiátory, raději jedou ve stylu „open source“. Tady se od začátku na schovávanou nehraje.
- 6 Pod jednou střechou:** Vývoj i výroba probíhají na jednom místě a ve vlastní režii. Tiskárny tisknou nepřetržitě součástky pro další tiskárny, z vlastních zdrojů řeší i výrobu náplní. Díky tomu mají podstatně větší kontrolu nad kvalitou i náklady. Pod jednu střechu ještě patří dílna pro kutily.



Každá technologie musí být nejdřív užitečná, aby měla právo na přežití

Pracují na aplikaci, která umožní na tréninkovou figurínu augmentovat reálného digitálního pacienta. Vyvinuli technologii holografického stolu, který zobrazí věrnou kopii stroje, města či územního celku. Operují se vzdálenou přítomností a virtuální realitou, která vás na rozdíl od té skutečné dokáže teleportovat na konkrétní místa, aniž byste museli vstát z obýváku. Nechytáte se? Nevadí. Fascinujícím světem virtuální a rozšířené reality vás provede Jan Hovora, šéf firmy Pocket Virtuality.

„Začali jsme sice mobilní virtuální realitou na Samsung GearVR, ale během několika málo měsíců jsme zjistili, že trh je ještě malý, ergonomie je špatná a možnosti takových zařízení jsou velmi omezené. A tak jsme se přeorientovali na rozšířenou realitu v průmyslu a medicíně a na brýle Microsoft HoloLens,“ vzpomíná Jan Hovora na rok 2017, kdy se na trhu objevil startup **Pocket Virtuality** zaměřený na virtuální (VR) a rozšířenou realitu (AR). „Je ale potřeba doplnit, že virtuální realita pro řadu z nás nebyla novou oblastí, spoluzakládali jsme firmu Bohemia

Interactive, největší herní studio u nás, které už kolem roku 2002 koketovalo právě s virtuální realitou v oblasti vojenských simulací.“

Spojovat si ale virtuální realitu hlavně se zábavou je podle Jana chyba. „Každá technologie musí být především nějak užitečná, aby měla právo na přežití. Než se totiž stane životaschopnou v běžném spotřebitelském segmentu, je třeba obrovských investic,“ vysvětluje a správně připomíná, že kdyby počítače nejprve nepotřebovala armáda a velký průmysl, neměli

bychom je ani my na hraní her a brouzdání po síti.

„S virtuální realitou je to podobné – výzkum se provádí 40 let, postupně proniká mimo laboratoře do firem a k lidem domů, stává se levnější a ergonomičtější. Ale než k tomu dojde masově, musí se stát technologie užitečnou takovým způsobem, že některé potřebné aplikace bez ní nepůjdou jinak realizovat.“

Přínosy čím dál tím většího zapojení VR a AR do běžného života jsou nesporné, stejně tak ale i obavy, které z tohoto spojení mohou vzejít. „Osobně bych se ale tolik nebál ztráty pracovních míst v důsledku robotizace, která se teď tolik řeší, jako spíš dehumanizace výroby díky masivnímu nasazení AR,“ říká Jan Hovora. Co si pod tím představit? „AR umí využívat nekvalifikovanou pracovní sílu, v podstatě tedy dělat z člověka robota tím, že ho brýle při každém úkonu navádí a zároveň kontrolují. Takže je dost pravděpodobné, že nekvalifikovaný pracovník s takovou AR technologií bude v mnoha případech levnější než sofistikovaný robot.“

Co s tím? Řešení to má jediné: kromě inovací a rozmachu technologií se konečně už začít zaměřovat na jejich etický dopad na jednotlivce i celou společnost.

Může se hodit...

Virtuální realita: Odehrává se v simulovaném, umělé vytvořeném prostředí, v němž se tvoří iluze skutečného světa. Uplatnění najde všude tam, kde je potřeba velká prostorová představivost a změna perspektivy. Spousta

oborů se už dnes díky VR stává bezpečnější. Velký přínos bude mít ve stavebnictví, urbanismu a v budoucnu např. při léčbě psychických poruch, během výuky zdravotní péče nebo v turistickém ruchu.

Rozšířená (augmentovaná) realita: Doplnuje virtuální objekty do skutečné reality. V praxi to znamená, že neustále vidíte to, co je skutečné a co probíhá v reálném čase. Do obýváku si tak můžete doplnit grafické prvky (nábytek), abyste si před koupí udělali konkrétní představu. Do budoucna pak AR brýle dokážou hasičům ukazovat ohniska požáru a navigovat je v budově, vojákům zase v poli identifikovat cíle a v HR zase třeba analyzovat uchazeče.

Vzdálená přítomnost v podání Pocket Virtuality

Fata Morgana, holografický stůl, augmentovaný pacient, Microsoft HoloLens. Čtyři produkty, které tvoří podstatu Pocket Virtuality. Startupu, který se zaměřuje na virtuální realitu (VR) a rozšířenou realitu (AR) a už dnes převratností své tvorby vybočuje z běžného standardu.

„Důvody, proč jsme schopní takové speciální projekty realizovat, asi tkví v tom, že vyvíjíme vlastní technologie, nejsme omezeni možnostmi komerčních nástrojů, sami jsme jejich tvůrci, a ne jen jejich pokročilými uživateli. Jsou to opravdu unikátní produkty a nevíme o tom, že by někdo pracoval na stejném konceptu vzdálené přítomnosti a byl tak

daleko, že to reálně testuje v jaderné elektrárně,“ říká Jan Hovora, zakladatel a CEO Pocket Virtuality.

V čem je tedy rozdíl mezi vámi a dalšími firmami na trhu? V ČR je řada společností, které se snaží dělat jednu zakázku za druhou, podobně jako dělají například mobilní aplikace, často ale bez hlubší zkušenosti s počítačovou grafikou. Prostě využívají existující frameworky a vlastně si konkurují hlavně cenou. My se ale opravdu věnujeme jen konkrétnímu oblastem AR a VR v průmyslu a medicíně, a to těm technicky obtížným.

Co jsou takové ty největší potíže?

V B2B segmentu, ve kterém se pohybujeme, je asi největší potíží rychlost, respektive pomalost našich zákazníků. Automobilky nebo energetické firmy jsou korporace, kde se plánuje a schvaluje na mnoho měsíců dopředu. Průmysl je navíc cyklický, nemůžete zavádět technologie v půlce výrobního cyklu nějakého stroje. Naopak my jakožto startup plánujeme po týdnech, a také software i hardware se překotně vyvíjejí. Skloubit tyto zcela odlišné časové škály je složité a vyžaduje to mít za zády investora.

Jak byste vysvětlil přínosy produktu Fata Morgana naprostému laikovi?

Asi bych začal vysvětlování tím, jak nápad vzniknul. Byl jsem v Itálii přesně v době, kdy ji zasáhlo zemětřesení, a při tom všem zmatku jsem si říkal, jak zařídit, aby se na místo okamžitě dostali experti, když se tam kvůli zničené infrastruktuře a chaosu rychle dostat nedovedou.

Co vás napadlo? Říkal jsem si, že když dokážete udělat přesnou prostorovou kopii toho, co je kolem vás, a tu pak pošlete někomu, kdo do ní vstoupí ve virtuální realitě, může vám začít radit,

co na tom daném místě máte dělat. A pokud ve stejnou chvíli toho někoho, kdo vám radí, zase dokážete zkopírovat (jeho obraz) do fyzického prostředí, kde se nacházíte, tak jste ho vlastně teleportovali. A to je přesně to, jak Fata Morgana funguje. Je to dobré k tomu, aby někdo mohl být vzdáleně přítomen někde jinde, kde může pomoci.

A co tedy holografický stůl? To je prostě stůl, nad kterým se vznáší plně trojrozměrný obraz, s kterým pomocí rukou můžete volně manipulovat, stejně jako třeba na tabletu. Můžete kolem něj volně chodit a prohlížet si ten obraz ze všech stran, klidně i ve více lidech naráz. Fata Morgana i holografický stůl jsou stále jedna technologie, jeden celek běžící na naší serverové technologii, takže k propojování dochází přirozeně.

Do třetice je to augmentovaný pacient. To je širší téma a má několik aspektů. Tím prvním je, že pracujeme na aplikaci, která umožní na tréninkovou figurínu augmentovat realistického digitálního pacienta – ten funkčně doplní schopnosti, které samozřejmě figurína nemůže mít, například změny barvy kůže podle oksylčení krve. Je to v jistém smyslu holografický stůl, který ale není plochý, je jím tělo figuríny.

Co je tím druhým aspektem? Vyvinuli jsme technologii holografického stolu, který umožňuje zobrazovat digitální dvojče nějakého stroje nebo města. Stejná metoda by mohla mít obrovský význam v medicíně. Představte si, že bychom dokázali třeba pomoci funkční magnetické rezonance vytvářet

digitální kopii pacienta a nad ní, kooperativně, by týmy expertů z celého světa plánovaly chirurgický výkon.

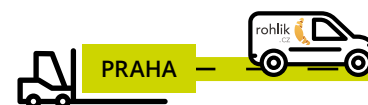
Jak v tomto případě mohou pomoci virtuální brýle pro AR? Jsou osázeny celou řadou senzorů, které by mohly být použity pro rychlou detekci stavu pacienta přímo v prvosledové medicíně, například při nehodách. Mohly by rychle detekovat tep, teplotu, stav prokrvení části těla, dokumentovat a označit pacienta pro následnou péči, navigovat k němu, poskytnout rozhraní pro monitory životních funkcí. Celá tato oblast je nesmírně perspektivní a má obrovský potenciál. A nás velmi zajímá.

Tak trochu sci-fi aneb 2 témata pro Jana Hovoru z Pocket Virtuality

Kdy budeme mít lehké virtuální brýle v kabelce běžně, jako tam dnes máme třeba bezdrátová sluchátka? Na to asi nikdo nedokáže odpovědět přesně, to souvisí právě i s pokrokem v dalších oblastech, jako jsou AI nebo 5G sítě. Jako první se nejspíš objeví relativně lehké brýle, které kablíkem připojíte k telefonu a jejichž cena bude asi poměrně vysoká, počítám kolem 20 000 Kč. Ani zdaleka nebudou umět to, co dnešní HoloLens. Pokud se najde dost smysluplných aplikací, díky kterým se vyplatí si takové zařízení kupovat, tak věřím, že se následně poměrně rychle, během několika generací, trh dopracuje k lehkým brýlím, které telefon nahradí. Řekněme, že do 10 let by to mohla být masová záležitost v oblasti běžné spotřební elektroniky.

Jak uchopit ještě jednu, úplně jinou realitu? To je hezký dotaz. V naší skutečné každodenní realitě jsme svázáni fyzikálními zákony, nemůžeme být ráno na snídani na Alpha Centauri a na oběd už zase doma, alespoň tedy ne na oběd s přáteli, které jsme tam ráno před cestou nechali. Virtuální realita je ale svázaná takovými pravidly, jaká jí dáme. Můžeme v ní dělat cokoli a jakkoli s ní manipulovat a to je v řadě případů velice výhodné. Třeba právě kvůli tomu, že se v ní na rozdíl od skutečné reality můžeme teleportovat nebo se učit manipulovat s jeřábem, aniž bychom zničili jeřáb i všechno kolem. Od určité úrovně technologie nebude možné odlišit od magie. A o něco takového se v Pocket Virtuality snažíme.

Rohlik.cz Tomáše Čupra expanduje do Maďarska



PRAHA

Zkušenosti

„Ty z českého trhu nám při rozjezdu v Maďarsku pomohly kompletně ve všem. Při budování Rohlíku jsme se vlastně téměř vše učili. A právě tohle učení nás stálo spoustu energie a peněz. Nyní už víme, jak na to. Máme unikátní koncept, který dokážeme vzít a postavit do jiného města. Myslím, že naší nejsilnější zbraní je systém logistiky a pak také skvělý zákaznický servis.“



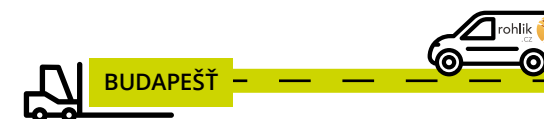
Sortiment

„Chceme si vyzkoušet, co bude v Maďarsku fungovat, a podle toho naši nabídku upravovat. Stejně jako v Česku ale budeme klást důraz na potraviny lokálních dodavatelů, čerstvost a kvalitu. Lidem budeme chtít co nejvíce usnadnit a zkvalitnit život. Moje vnitřní ambice je posunout to, co lidé vnímají jako skutečně dobré jídlo a skvělou službu. Nicméně do tří let bychom měli mít obrat jako nyní v ČR.“



Expanze

„Konkurenci vnímáme pozitivně. V Evropě máme nejlepší službu, co se týče doby rozvozu a kvality sortimentu. V tomto směru se není čeho bát. Další expanze v ČR vždy záleží na zájmu zákazníků. V Prostějově jsme si otestovali, jaký je zájem. Vyvolalo to velký ohlas a velmi pozitivní reakce. Pokud takové budeme mít i jinde, začneme zavážet i tam. Ale primární expanzní plán je nyní zahraničí.“



BUDAPEŠŤ

„Budapešť je o něco větší než Praha, takže se nám možná nepodaří dosáhnout doručení do 120 minut, ale do 180 minut. Jinak by měl být rozsah služeb stejný.“

— Tomáš Čupr,
zakladatel společnosti
Rohlik.cz

Roger pomáhá v e-commerce financovat dodavatele

„Oblast e-commerce stále roste, takže specializace na financování tímto směrem dává smysl,“ říká Adam Šoukal, spoluzakladatel a CEO českého fintechu Roger, když komentuje nový směr, kterým se letos rozhodli vydat. „Byznys v této oblasti ví, že to celé nestojí jen na ceně, ale na tom, že zákazník najde širokou paletu zboží. S tím pochopitelně souvisí i velké množství dodavatelů. Když malému dodavateli zajistíte dobrý přístup k financím, trh se vám díky tomu zvětší.“

Roger financuje faktury vystavené vůči velkým společnostem, které mají dlouhou dobu splatnosti, a spolupracuje například s online supermarketem Rohlik.cz. „Rohlik platí faktury za 30 dnů, a když dodavatelé využijí službu od Rogera, faktury mají zaplacené do tří dnů, což jim zrychluje cashflow.“

Misky vah se v tomto případě převáží jasným směrem. „Protože jestli se mají rozhodnout mezi tím, zda dodávat tam, kde dostanou peníze hned, nebo někam, kde dostanou zaplacené za 60 dnů, a ještě s 15denním zpožděním, tak je jasné, jakou e-commerce platformu budou preferovat,“ vysvětluje Adam Šoukal. A doplňuje: „U malých dodavatelů využíváme úrokový diferenciál – větší firmy mohou získat výhodnější podmínky, menší bankovní kontokorenty s úrokovou sazbou 12–13 % p.a. Roger jim sníží cenu financování až trojnásobně na 4 %.“

Malé a střední podniky pak nemusí čekat tři měsíce na úvěr, na dvě kliknutí načerpají tolik financí, kolik se jim aktuálně hodí, protože výhodou fintechů je právě jednoduchost při vyřizování produktů, a navíc mají jistotu, že vše probíhá správně. „Nedíváme se na rizika malých firem, ale na to, komu dodávají. Máme

perfektní digitální stopu, takže se nemůže stát, že by firma poslala fakturu, která neexistuje, nebo že by zboží nebylo ve skladu. Tím pádem máme 100% jistotu, že vztah probíhá korektně.“

Další potenciál Roger vidí ve službě financování zásob, kterou momentálně připravuje. „Když dodáváte do velkých e-commerce byznysů, sklad nemáte u sebe. Ve zboží máte alokované peníze, které vám Roger uvolní, a vy pak můžete nakupovat další zboží, investovat do marketingu nebo se dále rozvíjet. Je tam velmi nízké riziko, že by se se skladem něco stalo, protože je u velkého stabilního partnera, a ne u malého dodavatele. Financování je díky tomu levné,“ říká Adam Šoukal.



3 otázky pro Adama Šoukala

Budeme ještě vůbec potřebovat tradiční banky?

Určitě ano, protože my budeme potřebovat jejich balance sheety. Do budoucna bude trend takový, že banky budou využívat naši platformu, ať už k obsluze svých zákazníků, nebo přes ni budou financovat zákazníky stávající. Oni budou ti, kdo budou levně dodávat likviditu a povedou účty. My nemáme žádnou ambici stát se bankou, regulatorika spojená s vedením účtu je obrovská, nemáme na to infrastrukturu, a ani ji stavět nechceme.

Roger se o spojení s bankou pokoušel? Ano, například Equa Bank již dnes plně zapojila Rogera do svého produktového portfolia. Velké banky mají obecně často přehnané nároky na exkluzivitu. Nebojujeme s tím jen my, i ve světě existuje jen velmi málo integrací mezi bankou a fintechem, kdy

by banka nechala fintech, aby dodával produkt na bankovní portfolio klientů. Banky se bojí, že jim budeme kanibalizovat trh. Strach je to do jisté míry oprávněný, jako fintech bankám přebíráme každý měsíc více než desítku klientů.

Jak byste vyčíslil stávající trh? Dnes v ČR přes tyto služby proteče kolem 160 miliard za rok, což jsou přibližně 3 % HDP. Ve vyspělé Evropě je to ale kolem 13–15 %. Trh v ČR by dle současného vývoje mohl být čtyřikrát až pětkrát větší, díváme se tedy na 450–600 miliard korun, které by měly být ročně profinancovány. Část z toho ubude z rozvahy bank, malé firmy přestanou využívat drahé kontokorenty a budou více využívat provozní financování, které jim je ušité na míru.

Financování dodavatelů velkých firem à la Roger Jak z něj každá ze zúčastněných stran profituje?

Roger: Z každé transakce má odměnu za administraci podobně jako vydavatelé platebních karet Visa nebo Mastercard.

Rohlik.cz: Firma má loajálnější a spokojenější dodavatele. Díky tomu se rozšiřuje její portfolio, vztah je symetričtější a pro obě strany bezpečnější.

Dodavatel: Záruka, že dostane zaplacené do 3 dnů, nižší riziko a výhodnější podmínky pro financování, než kdyby úvěr získal od banky.

A výhoda pro všechny: využití služby (elektronická evidence dokumentace) od společnosti GRiT, která zajišťuje plnění závazků všech stran, zlevňuje cenu financování a snižuje riziko pro investory.



Ondřej Vaněk z Blindspot Solutions: Svět je na prahu digitalizace a automatizace lidského intelektu

Původně mělo jít o produktový startup zaměřený na problematiku fyzického zabezpečení kritických infrastruktur, například na monitoring přístavů, jaderných elektráren či ropovodů. Proto název Blindspot Solutions, který symbolizuje právě ona „slepá místa“. Jenže segment kritických infrastruktur byl v roce 2013 konzervativní a na využívání strojového učení a optimalizace v procesech nebyl připraven. A tak bylo nakonec všechno trochu jinak...

„Regulace v tomto segmentu neumožňovaly přímočaře aplikovat autonomní metody monitorování a patrolingu,“ vzpomíná Ondřej Vaněk, CEO a zakladatel Blindspot Solutions, a současně dodává, že myšlenky na vlastní společnost se ale vzdát nechtěli. „Nakonec jsme se vyprofilovali jako společnost poskytující služby v oblasti vývoje softwaru, aplikující metody strojového učení, optimalizace, detekce anomálií a umělé inteligence obecně.“

Pochopit ale naplno umělou inteligenci v kombinaci se strojovým učením může být pro spoustu klientů stále tak trochu oříšek. „Proto je důležité postupovat krok za krokem a navrhovat výsledná řešení tak, aby mohli co nejdříve validovat přidanou hodnotu a integrovat systém do stávajících procesů,“ vysvětluje Ondřej. „Je evidentní, že svět je na prahu digitalizace a automatizace lidského intelektu, nikoliv už jen síly. V této revoluci hraje právě umělá inteligence hlavní roli.“

3 témata pro Ondřeje Vaňka

UMĚLÁ INTELIGENCE

Nemyslím si, že člověk potřebuje ke každodenním činnostem inteligenci umělou, na rozdíl od té přirozené. Přínos a současné riziko vnímám právě v aspektu zjednodušování života, které umělá inteligence přináší. Tento outsourcing inteligence může ale také dopadnout tak, že nám žádná inteligence v hlavě nezůstane. Proto firmám pomáháme navrhovat jejich nástroje tak, aby obsahovaly správnou míru automatizace a neodsunuly přitom stranou lidský element.

KYBERNETICKÁ BEZPEČNOST

Dnes hraje klíčovou roli pro bezproblémový chod byznysu, ale také států a kritických infrastruktur. Hlavním problémem, který budeme v této oblasti řešit, bude ten, jak se „prohrabat“ enormním množstvím dat, jež budou pocházet z heterogenních zdrojů – ze serverů, osobních počítačů, mobilů nebo IoT senzorů. Umělá inteligence nám umožní zorientovat se v moři informací a uchránit je před inteligentním útočníkem, který používá sofistikované metody.

NÁBOR TALENTŮ

Nábor a udržení talentů jsou v naší oblasti klíčové a konkurence je nemalá. Odborníky lákáme na zajímavé a různorodé projekty napříč odvětvími – používáme pokročilé technologie a metody, tudíž u nás člověk může udržovat své znalosti na vysoké úrovni. Formou placené stáže a flexibilních pracovních úvazků spolupracujeme s nadanými studenty. Působili jsme v akademickém prostředí a jsme přesvědčeni o tom, že správná kombinace VŠ vzdělání a praxe v oboru je pro ně velkou výhodou.

Z dílny Blindspot Solutions

Modul pro analýzu trestní činnosti

Prediktivní modul modeluje kriminalitu ve městě na základě velké sady historických a současných dat a nadcházejících událostí. Výsledky pak slouží k optimalizaci rozvrhů policejních složek ve městě. Přístup kombinuje metody strojového učení a pokročilý optimalizační přístup založený na teorii her.

Modul pro plánování rozvozu zakázek

Nástroj dynamicky rozvrhuje zakázky a konstruuje komplexní rozvozové trasy reflektující velmi častou a měnící se potřebu a spotřebu prodejních míst. Využívá sady optimalizačních technik, rychle dokáže zpracovat nové zákaznicky i požadavky a expandovat do nových regionů a zemí.



Recept na úspěch? Fungující produkt a kvalitní lidé, kteří za ním stojí

Na trhu neuspějete díky tomu, že máte nejlepší interní procesy. Nikdo vám nezplatí za to, že máte perfektní model na hlídání nákladů a že skvěle vykazujete výnosy podle několika mezinárodních standardů. Aby firma byla úspěšná, potřebuje správné lidi. A fungující produkt. To je ten základní mix.

„Firmy se ze začátku správně soustředí na produkt, hledají mezeru na trhu a své zákazníky. Pak ale přijde okamžik, kdy zjistí, že nejde být startupem donekonečna. Firma musí dospět,“ říká **Jiří Sauer, partner Deloitte v oddělení Audit & Assurance.**

Co říká vaše praxe, jaké firmy potkáváte? Jsou to společnosti, které přesně vědí, co na trhu mají dělat, a dokáží nabídnout řešení či služby, které zaujmou. V produktové části jsou velmi silné. Dokáží se prodat. Cenou za tento úspěch nezřídka bývá zázemí firmy, které není na takové úrovni jako produkt a lidé v první linii, tedy programátoři, obchodníci a ti, kteří to všechno implementují. Nedospělé interní procesy, tj. zázemí firmy, jim často svazují ruce místo toho, aby jim pomohly vytvořit dobré podmínky pro úspěch.

Kdy dochází ke zlomu? Z našich zkušeností je to v momentě, kdy firma dosáhne hranice výnosů kolem 200 až 250 milionů. To už je stav, který se nedá určit pocitově ani řízením přes běžný účet, tzn. podle toho, kolik máte peněz v bance. Tohle už potřebuje sofistikovanější pohled. V tomto momentě se firmy obvykle na chvíli zastaví, rozmyslí si, co chtějí dělat dál, a pak zase začnou růst. Jsou ale výjimky – třeba jako výrobce 3D tiskáren Prusa Research nebo vyhledávač letenek a jízdenek Kiwi.com, kteří rostou neustále, a nevím, jestli tahle fáze mírného pozastavení na ně vůbec někdy přijde.

Jaké jsou slabiny v celém procesu? Obecně to, že firmy se zaměřují na jeden ukazatel, ale nedívají se na na balanced scorecard. Jde jim o to, aby měly dobrý hospodářský výsledek, ale pak třeba zjistí, že kvůli neřízenému cash flow není na výplaty. Můžu se zaměřit na penetraci na trhu, ale pak zase zjistím, že jsem ve ztrátě.

Co s tím? Vždy je potřeba, aby se firma podívala na stanovený cíl jako na celek: tohle jsou benefity, kterých chci dosáhnout, tohle jsou náklady, které jsme ochotni a schopni vynaložit. Co jsem často viděl, je to, že se jasné řekne cíl, vyrazí se za ním, ale nehlídá se na náklady. To je pak ale Pyrrhovo vítězství – cíle sice dosáhnete, ale za cenu, z níž nakonec vůbec nemáte radost.

Jaká je vaše role? Firmám pomáháme zlepšit efektivitu, nastavovat jejich rozhodovací procesy, pokud jde o to, jaké zakázky mají či nemají přijmout, a nacházet náklady, které se dříve do kalkulace zakázky nezahrnovaly. Nebo se jim naopak snažíme náklady

ušetřit. Hodně často řešíme ochranu duševního vlastnictví. Pomáháme také firmám strukturovat, aby byly daňově efektivní. Když se bavíme se zakladatelem či majitelem firmy, vždy se ptáme, co je trápí. Firmu znají nejlépe, ale nezaujatý pohled zvenku vždycky pomůže.

Auditní stopa v IT firmě

Z pohledu auditu je v IT firmě, která vyvíjí řešení na zakázku, typickým hlavním rizikem uznání výnosů. Častým problémem je, že výnosy nejsou rozlišovány správně, čímž dochází k velké úpravě na výnosové straně. Méně obvyklé jsou účetní podvody, při nichž zase dochází k záměrnému zkreslení výsledků. Firmy také často zapominají na náklady, které by měly zaúčtovat. Velkým problémem je pak to, že firma sice roste, ale neřídí sama sebe. Takže zjistí, že sice má 200 zaměstnanců, ale už je nedokáže správně motivovat, odřídit směrem k zákazníkovi apod.

Startupem nelze být donekonečna. Jak zvládnout růst?

Aby firma úspěšně přešla z kreativního technologického startupu mezi velké firmy, které dlouhodobě úspěšně fungují, potřebuje efektivně nastavit své procesy. Klíčem k úspěchu je pomoci nákladů a úspor času optimálně zvládnout svůj růst. A vypočítat si využití pracovníků, tedy kapacitně a nákladově určit své zaměstnance.

Co je nejdůležitější? „Aby si i přes to všechno firma zachovala svého ducha. Veškeré změny musí probíhat citlivě, aby nezabýly drive, který je pro startupy typický. Když se to celé přeprocjuje, zastaví to růst a firma roste pomaleji, než je její skutečný potenciál,“ upozorňuje **Miloš Ungar, manažer Deloitte v oddělení Audit & Assurance.**

Na rozcestí aneb jak se z toho nezhroutit

Příklad z praxe: Jeden až tři vlastníci ve startupu, kteří sami táhnou všechno – obchod, finance, strategické záležitosti, marketing i HR. K ruce mají kolem 30 zaměstnanců, kteří ale řeší hlavně vývoj. Zakázky rostou, počet pracovníků se zvyšuje enormním tempem, objevují se nové problémy i situace, na něž je potřeba reagovat. Přestávají zvládat. Je to logické, expertem na všechno nelze být dlouhodobě. A tak přichází přesně ten moment, kdy je potřeba si říct STOP! Co je nutné udělat?

- Nastavit základní organizační strukturu
- Rozdělit činnosti, vytvořit základní oddělení
- Zavést nové efektivní procesy a motivační systém
- Plánovat strategii nábory a provést využití pracovníků
- Vyhodnocovat profitabilitu jednotlivých zakázek

Tech firmy, dáváte si pozor na daně?

Rychle rostete, řešíte produkt či službu a byznys. Kapacity na daně, účetnictví, právní požadavky a tisíce dalších věcí, které jsou nutné pro plynulý chod každé firmy, už ale nemáte. Jenže daňové ani jiné povinnosti nepočkají.

„Základní rada? Vše je potřeba řešit už od začátku. Sice je to zpravidla období, kdy jsou firmy ve ztrátě, což je pochopitelné, protože nějaký čas trvá, než si najdou klienty. Ale už podnikají, mají náklady a výdaje a ty se vykazovat musí,“ připomíná **Kateřina Novotná, specialista na zdanění technologických firem v Deloitte**. „Firmy se navíc mohou

připravit i o některé výhody, protože pokud například daňový odpočet neuplatní v daném roce, přichází o něj. Takže i pokud jsou ve ztrátě, měly by mít přehled o tom, co je čeká v budoucnu.“

Pozor na kontroly, jsou sofistikovanější!

Poplatníci si často neuvědomují, kolik informací finančnímu úřadu dávají, a jaké sankce jim hrozí, pokud svým povinnostem nedostojí. Kontroly jsou poslední dobou důkladnější, úřad při nich využívá pokročilé nástroje, propojuje a zasazuje do kontextu již dříve obdržené informace. Do karet

mu navíc hrají stále nové reportovací povinnosti. Sečteno podtrženo to znamená, že tahle bitva má jasného vítěze. Podívejte se, jak je to snadné, aneb tři příklady za všechny:

- Příloha k daňovému přiznání o převodních cenách rozkryje všechny transakce po jednotlivých entitách ve skupině.
- Finanční výkazy jako součást daňových přiznání zase poslouží při křížových kontrolách.
- Fyzické osoby musí nově hlásit i své osvobozené příjmy, které se dříve do přiznání nedávaly, protože se nedanily.

Víte, že...

DAŇOVÝ ODPOČET NA VÝZKUM A VÝVOJ. Ano, i technologické firmy na něj mohou dosáhnout a ušetřit 19 % nákladů, které jsou spojeny s výdaji na zaměstnance a materiál.

BENEFITY. Pracovníkům už dnes nestačí „jen“ plat, chtějí flexibilitu. Práce z domova má specifické daňové a právní dopady. Systém lze ale nastavit tak, aby byl výhodný pro firmu i zaměstnance.

ZAHRAŇIČÍ. Pravidelně někam jezdíte, ale už neřešíte, že i tam byste se možná měli registrovat a začít platit daně.

PŘEVODNÍ CENY. Další téma spojené se zahraničím. Je třeba nastavit systém tak, aby bylo jasné, jaké náklady a výnosy náleží té které entitě, a nastavit, jakým způsobem se spolu s českou entitou bude dělit o zisk, aby vše obstálo z pohledu dalších zemí.



Digitální daň v Česku: sazba v rekordní výši 7 %

IT firmy doposud využívaly koncept tzv. stálé provozovny. Firma tak mohla své webové a digitální služby „vyvážet“ do celého světa, aniž by ale v dané zemi odváděla daně. Takhle to dělaly například Amazon, Uber, Google či Airbnb. Koncept digitální stálé provozovny je ale dost komplikovaným řešením, proto byla vymyšlena nová daň: digitální daň. Je to zcela nový koncept, jak zdanit technologické giganty, který s sebou ale přináší spoustu problémů. Tím prvním je, že na úrovni OECD ani EU nenastala shoda ohledně jejího zavedení. Tím druhým, že je těžké určit, zda jde o přímou daň (daň z příjmu), či nepřímou daň (DPH, cla). Třetím

problémem je pak fakt, že došlo k odklonu od prvotního návrhu, který plánoval zdanit pouze společnosti, jež v ČR podnikají, nemají tady žádné entity ani tady neodvádí daně.

Digitální dani by totiž mohly podléhat i české společnosti, přestože jsou v ČR registrované a platí sociální a zdravotní pojištění i daně. Pro některé z nich by nová daň mohla být až likvidační. Česko se totiž rozhodlo jít cestou rekordní sazby a od 1. července 2020 pravděpodobně zavede digitální daň se sazbou 7 % z obrátu. Současný návrh hovoří o zdanění příjmů z internetových služeb (zejména příjmy z internetové reklamy či příjmy z prodeje dat shromážděných o uživatelích digitálních rozhraní), jež jsou na území České republiky poskytovány

společnostmi s celosvětovým obratem vyšším než 750 mil. eur a současně úhrn částí úplat za poskytnuté zdanitelné služby na území ČR přesahuje 50 mil Kč. Nově zdaněnými službami budou umístění cílené reklamy na internetu, digitální zprostředkovatelské služby a prodej dat o uživatelích.

Z daňového hlediska jde o absolutně nekonceptní věc. Naráží to na desítky praktických nejasností. To, že by tato daň měla padnout také na rezidenty, to je něco absolutně nevídaného. Moc si navíc nedovedeme představit, jak se daň v praxi bude vybírat. S novou daňovou povinností bude spojena i obrovská administrativa.

— **Kateřina Novotná, Senior Tax Manager v Deloitte**

Appky, fuck-upy i budoucnost digitální agentury The FUNTASTY



„Od 16 jsem pracoval jako freelance designer, ale vždy mi chyběly dvě věci: lidi se zápal pro stejnou věc a to, že jsem nemohl nic ovlivnit. Byl jsem poslední v řetězci projektáků, accountů, subdodavatelů, ale já přitom chtěl dělat něco většího. A tak jsem to zkusil.“

— Lukáš Strnadel, zakladatel The FUNTASTY

5 x Když... Lukáše Strnadla

1

Když jde hlavně o appky...

Na kontě máme přes sto aplikací. Daří se nám v gastru, security a automotive, naopak nám chybí telco a banky. Zakládáme si na kvalitě, ne na kvantitě. Dříve vznikaly aplikace jenom proto, aby byly. Teď už je doba trochu jiná, naši partneři už mnohem více přemýšlejí o aplikacích a investici, která není zrovna malá. Aby dnes aplikace zaujala, musí vznikat už s tím, že má své uživatele. Z mého pohledu je důležité, aby u ní rezonovaly vlastnosti chytrých zařízení – GPS, fotoaparát, motion sensor, mobilita...

2

Když jsem přiznal, že ne všechno funguje...

Letos jsme plánovali tržby 70 milionů korun, ale už teď víme, že to nezvládneme. Je v pořádku, když si přiznáte, že jste něco podcenili. Museli jsme toho v roce 2019 hodně měnit, růst byl rychlý a já nemyslel úplně na vše. Tak úplně se mi nepodařila ani má touha expandovat za hranice. Tak jsme zvládli expandovat alespoň za hranice Brna a nově máme kancelář v Praze. Ven už se ale koukáme znovu – po Německu a Rakousku. Jestli se ale něco podařilo, tak tým, který máme.

3

Když jsem zjistil, že nejdůležitější je otevřenost...

Kolega mi jednoho dne předal svou výpověď. Já si přitom myslel, že si spolu budeme v 70 dávat drink na terase a říkat si, jak jsme tu firmu krásně postavili. On přitom přemýšlel o výpovědi dlouhé měsíce, sbíraly se v něm maličkosti, jedna k druhé, které ho k výpovědi nakonec dovedly. Poučení? Od té doby máme 1 on 1 pravidelně každý měsíc, mluvíme s lidmi, nasloucháme jim. A říkáme jim, že pokud začnou být jen přemýšlet o změně práce, tak že chceme být první, kdo o tom bude vědět!

4

Když jsme se rozhodli investovat do startupu Grason...

Grason propojuje restaurace a zaměstnance v gastronomii a vznikl díky díře na trhu. Nezaměstnanost je na minimu, uchazeči o práci mají čím dál tím větší nároky. Nechtějí pracovat každý den, práce v gastru je opravdu náročná a kvalitního personálu je jako šafránu. Jedné straně dáváme kvalitní a námi prověřený personál, té druhé zase svobodu v tom, kdy, kde a za kolik bude pracovat. Za úspěchem projektu stojí původní zakladatelé Jarmila Kowolowská a Karel Mařík, tým u nás, který se o projekt stará a každodenně ho rozvíjí. A samozřejmě Miton jako investor.

5

Když jsem potřeboval nabrat nový kurz...

Ne vždy se všechno povede, tak to prostě v životě je. Jeden z negativních okamžiků, který mě posunul dál, je moje úzkostná porucha, kterou jsem si přinesl z práce. Ukázala mi, že úspěch netkví pouze v odseděných hodinách u počítače s mobilem v ruce nebo u ucha. Co mě to naučilo? Odpočívat, změnit hodnotový systém, nekontrolovat e-maily v jednu hodinu ráno. To učení sice nebylo, a občas stále není, z nejpříjemnějších, ale stojí to za to!

Startupy, ochraňte zavčas své nápady!

V Česku přibývá firem, které se neomezují jen na domácí trh a od začátku přemýšlejí v globálním měřítku. Poté, co si na domácím trhu ověří, že je jejich projekt životaschopný, začnou plánovat expanzi do zahraničí. S tím přichází první vyjednávání se zahraničními partnery a investory. Úspěch či neúspěch těchto snah pak nestojí jen na samotném projektu, ale i na tom, jak s ním umí startupy nakládat. Jak naložit s duševním vlastnictvím?

Zásadní roli hraje právě přístup firem k jejich duševnímu vlastnictví (Intellectual Property nebo IP). Ať už jde o nový postup v zaběhnutém odvětví, vyvíjený software, vynález, originální byznys model, anebo jakoukoliv jinou inovaci, duševní vlastnictví je právě tím, co váš projekt odlišuje od konkurence a co přitahuje zájem zákazníků i investorů.

„Dle některých průzkumů tvoří IP až 80 % hodnoty společností a velcí hráči si toto dobře uvědomují. Nejde tedy jen o ochranu vlastních produktů a služeb, ale také o předpoklad získání důvěry a investic od investorů, kteří očekávají, že jejich partneři přistupují ke svému IP komplexně. Od samého počátku projektu, který má potenciál překročit české hranice, je důležité myslet na několik bodů,“ říká **Martin Bohuslav, vedoucí partner Deloitte Legal** zodpovědný za týmy zaměřující se na oblast soukromého práva.

Letem světem právem: jak naložit s duševním vlastnictvím?

1 Zajistěte si práva k vašemu IP

Firma není to samé, co její společnosti, jednatelé nebo zaměstnanci. Byť tato informace může znít jako samozřejmost, pro řadu společností se stává právě nedostatečné nastavení těchto vztahů kamenem úrazu. Některá práva duševního vlastnictví vznikají okamžikem jejich vytvoření, některá až registrací. Pokud například nápad a prvotní verze produktu vznikly za spolupráce dvou kamarádů, kteří následně s dalším partnerem založili firmu, přibrali na pomoc první zaměstnance a některé služby outsourcovali u externích dodavatelů, pak sít subjektů, jež si mohou nárokovat podíl na výsledku, může být opravdu široká.

První věc, co bude zajímat potenciálního investora, je, zda veškerá práva náleží entitě, do které bude investovat – tedy pouze vašemu startupu. Je tedy zásadní mít od samého počátku správně nastavené smluvní vztahy. Pokud se totiž například vámi vyvíjený software od počátku „nakazí“ právem někoho třetího nebo například open-sourcovými omezeními, bude to v budoucnu jen velmi těžké odstranit. Pokud investor vycítí, že práva k produktu nebo službě nemáte pod kontrolou, dá s nejvyšší pravděpodobností od vašeho projektu

ruce pryč. „V praxi se často setkáváme s tím, že divoké startupové začátky, kdy se při vývoji produktů vymění velké množství lidí a není čas řešit „právní nesmysly“, si často vezmou svoji daň. Staří a stávající společníci se pak bez jasně stanovených pravidel jen těžko domlouvají na tom, kdo a v jakém rozsahu vlastní např. autorská práva k novému produktu,“ dodává **Matúš Tutko, advokát v Technology týmu Deloitte Legal** zaměřující se na technologické startupy a ochranu nápadů.

2 Stanovte si strategii a nastavte vnitřní procesy

Orientovat se v jednotlivých typech ochrany, jako jsou ochranné známky nebo patenty, není jednoduché. Dříve nebo později (ale spíše dříve) se neobejdete bez odborné rady. Přístup „udělej si sám“ za pomoci dokumentace přejaté z jiných projektů může v tomto ohledu způsobit nenávratné škody. Na základě odborné rady je ale vhodné si i uvnitř společnosti určit někoho, kdo se ochráně duševního vlastnictví bude věnovat a kdo bude určovat strategii při využívání vašeho IP a bude mít přehled o uzavřených licenčních smlouvách a jejich podmínkách.

Ochrana IP ale nespočívá jen v registraci u příslušných úřadů. I pokud se ve vašem případě nebude registrovat patent, design ani logo, je nutné si zajistit smluvně ochranu vašeho know-how a obchodního tajemství s vašimi partnery uvnitř i vně společnosti. Jako kámen

úrazu se může ukázat i sjednání exkluzivní spolupráce bez zadních vrátek s partnerem, který se ukáže jako nespolehlivý nebo začne upřednostňovat někoho jiného před vámi.

3 Expanzi správně načasujte

Načasování je zásadní nejen v obchodních otázkách, ale i v právních. Ochrana duševního vlastnictví, jako jsou ochranné známky, patenty nebo designy, je omezena na teritorium státu, kde byly registrovány. V zahraniční vás tedy může někdo s registrací předběhnout. Je tedy vhodné zvážit, pokud máte za cíl určitý trh, zda vaše IP neregistrovat i tam, byť na vaši obchodní expanzi může být ještě brzy. Prvním krokem je zpravidla zajistit si ochranu na domácím trhu. Ale pozor – přihlášky patentu se

zveřejňují. Pokud nemáte produkt připraven pro trh ani prostředky na to, abyste si patentovou ochranu zajistili i v zahraničí, může vám v určitých případech podání přihlášky i uškodit. Zveřejnění vynálezu před podáním jeho přihlášky vás pak může zbavit zcela možnosti získat patentovou ochranu.

4 Seznamte se se specifiky zahraničních trhů

Získat ochranu v cizích zemích je možné několika způsoby. Jednou z možností je požádat o ochranu pro konkrétní stát přímo u jeho domácího úřadu. V některých zemích je však podmínkou, aby vás v přihlašovací řízení zastupoval advokát s licencí v daném státě. To nově platí i pro získání ochranné známky v USA. Ne vždy je nutné se ale poohlížet po zastoupení přímo v USA, několik

specializovaných kanceláří může tuto službu poskytnout i z ČR. Jinou možností je ucházet se o ochrannou známku skrze mezinárodní systémy ochrany pro více států najednou. Předpokladem většinou bývá získání ochrany v domovském státě. Ochrannou známku můžete ale například získat rovnou skrze jednu přihlášku s platností pro celou EU. Při ucházení se o zahraniční ochranu je potřeba se seznámit se specifiky daného státu. „Obecně rozšířeným mýtem je, že i pro získání autorskoprávní ochrany v USA je třeba dílo registrovat. Tak tomu ale není, ochrana vzniká stejně jako u nás jeho vytvořením. Registrace je však předpokladem uplatnění některých nároků soudní cestou,“ dodává **Lukáš Holub, advokátní koncipient v Technology týmu Deloitte Legal** a zároveň registrovaný advokát u Floridské advokátní komory.

Ďábel se skrývá v detailech realizace

Sebelepší nápad je bezcenný, pokud neprojde ohněm realizace. Zjevná pravda, která ale není vždy respektována. A která stojí mnoho schopných lidí neuvěřitelné množství času bájením nad tím, co by kdyby...

Zkušení členové sturtupové komunity už zpravidla ani nechtějí vyslechnout nápad, který nemá základní realizační kontury a organizační rámec. O investorech ani nemluvě. Přitom když odhlédneme od nutné byznysové úvahy (bez té nemá smysl vůbec pokračovat), základních „administrativních“ otázek není až tak mnoho.

Víme vůbec, kdo je původcem řešení/nápadu? Nebo chceme, aby práva k nápadu měla společnost, která pro projekt byla založena? Chráníme si duševní vlastnictví k nápadu? Musíme mít jen patent nebo něco podobného? Nestačí mít jen se všemi, kterým řešení prezentujeme, alespoň uzavřenou dohodu o mlčenlivosti? To skoro nic nestojí.

Důležité také je, kde a jak budu nový nápad uvádět

na trh. Zkusím USA, nebo Asii? Začnu doma? Jaký bude distribuční model? Jaké smlouvy uzavřu s dalšími subjekty? Jakým právem se budu řídit? Budu mít pobočky, nebo dceřiné společnosti?

Možných problémů je hodně. Stejně jako otázek. Kdyby to ale bylo jednoduché, uspěl by každý. Základ spočívá v hledání informací. I když startup bude cílit na exotické destinace, potřebné informace získá v ČR. V Praze najdete právníka, který je např. UK nebo US advokát. A mluví česky. Najdete tady banku, která umí poradit, i když expandujete do Spojených států. Najdete daňového poradce, který posoudí rizika a výhody různých globálních aranžmá.

Svět je malý, informace jsou na dosah, důležitých otázek je spousta. Pokud si z výše uvedeného uděláte odškrťovací formulář, máte za sebou první krok. Někde se zkrátka začít musí. Hodně štěstí!

— **Martin Bohuslav, vedoucí partner Deloitte Legal**



Insurtech Mutumutu má pojištění bez zbytečností

Bez nesmyslných výjimek. Bez mánýrů. S jasně nastavenými pravidly a bonusy, pokud sportujete a staráte se o své zdraví. Takové je pojištění Mutumutu, první vlastnovka na českém insurtech trhu, která při tvorbě produktu v oblasti životního pojištění propojila svou mladistvou dravost a inovace se zkušeným kamarádem z tradičního pojištnictví.

„Nešlo jen o potřebu žít zdravě, ale také o to, že lidé nevěří pojištnám, protože produkty jsou pro ně strašně složité, pojistné podmínky nesrozumitelné, takže často ani nevědí, za co vlastně platí a kolik mohou získat, pokud dojde na pojistné plnění,“ vysvětluje Jindřich Lenz, CEO

a spoluzakladatel Mutumutu, proč se šéfem Creative Docku Martinem Pejšou začali realizovat tento nápad.

Ne že by stávající pojištny o něčem podobném neuvažovaly. A ne že by insurtechy nechtěly být tradičními institucemi. Ale obě strany narážejí na mantinely. Pojištny na složité vnitřní prostředí a dlouhé schvalovací procesy, insurtechy zase na peníze a čas. „Založit si tady licenci, to je běh na dlouhou trať. Čekáte na ni i dva roky a ještě musíte složit depozit ve výši více jak 100 milionů korun. Ani jedno jsme pochopitelně neměli, ale ani nechtěli,“ připomíná Jindřich Lenz. A tak si ze sebe obě strany vzaly to nejlepší. Výsledek?

Dravý insurtech má za sebou finanční krytí a zázemí silné skupiny i jistotu, že jejich model ověřily odborné zkušenosti. A sám pak přidá inovativní produkt, jasné podmínky, nový způsob komunikace se zákazníky, ale hlavně rychlost a flexibilitu. Zkrátka řešení čistě pro danou potřebu, bez dalších zbytečností. Za to všechno ještě peníze zpět pro ty, co to s prevencí, zdravým životním stylem a pohybem myslí vážně.

Mutumutu už sfouklo první svíčku na dortu. K narozeninám dostalo spokojenost. „Jsme v podstatě na třetinových číslech, co se týká nákladovosti, kterou jsme původně čekali. Podařilo se nám zastabilizovat veškeré cesty, jak najít zákazníka.

Konkurence a rivalita? Spíše chytré spojení!

Insurtech

- ⌚ inovativní produkty
- ⌚ flexibilita a rychlost
- ⌚ nový způsob komunikace
- ⌚ služby více na míru
- ⌚ cashback



Tradiční pojištna

- ⌚ finančně krytá záda
- ⌚ zázemí silného partnera
- ⌚ odborné zkušenosti, data
- ⌚ právní prostředí, historie
- ⌚ důvěra



Mutumutu

A zákazníky přesvědčit, že to má smysl – žijí zdravě, sportují a za to dostávají cashback. Průměrně vracíme 520 korun nazpátek, to dnes žádné životní pojištění nedělá.“

Před Mutumutu teď stojí vstup minoritního investora, který pomůže v dalším rozvíjení produktu. „Chceme přidávat nové sporty, rozšířit propagaci a chceme si otestovat zahraniční trhy – koukáme se na Německo a Polsko,“ uzavírá Jindřich Lenz.

3 ODMĚNA. Chodíte na preventivní prohlídky, nekouříte, sportujete, to je pak velká šance, že budete žít o to déle. Mutumutu vás v tom dále podporuje a každý rok vám vrátí až 30 % pojistného zpět.

4 INOVACE. Insurtechy si berou to nejlepší z tradičních pojištn, jako je zázemí, historie či data, a za pomoci inovací přinášejí pojištění bez zbytečností, které propojuje další služby a vychází vstříc trendu „sjednat si vše rychle a na jednom místě“.

4 základní pilíře, na nichž celý koncept stojí

1 SROZUMITELNOST. Pojištění bez zbytečností, srozumitelně nastavené podmínky jen na šesti stranách. A produkt odrážející životní situace, které by si měl pojistit každý: ztráta příjmu kvůli pracovní neschopnosti, invalidita a úmrtí.

2 VARIABILNOST. Systém sice vypočítá optimální měsíční splátku, tu si ale každý zákazník může dále snižovat nebo zvyšovat, protože ji ihned vidí. Nemusí tedy čekat, až se mu ozve pojištník s přesnější nabídkou. Pojištění lze navíc kdykoliv zrušit.

Pojištění samo o sobě sexy není, ale...

Pojištnictví je kvůli své komplexnosti a zejména silné regulaci obtížným odvětvím pro inovátory. Založit si a řádně řídit pojištnu je drahá záležitost. Naproti tomu pro pojištny je často obtížné dotáhnout skutečně průlomové inovace vlastními silami v rámci firemní kultury nastavené na obezřetnost. Proto mi spojení insurtechů a pojištn dává velmi dobrý smysl. Insurtech bude

podle mého názoru častěji spoluautorem produktu či distributorem, než že by si měl zakládat vlastní pojištnu. Platformy typu Mutumutu budou v Česku přibývat. Některé uspějí a jiné zase ne, prakticky s jistotou lze dokonce říci, že většina neuspěje, ale těch několik úspěšných může trh významně změnit. Za klíčovou považují zákaznickou zkušenost, jednoduchost distribučního modelu a napojení na produkty či ekosystémy třetích stran. Pojištění není sexy samo o sobě, takže řešením je velmi přirozená integrace ke službě, kterou zákazník aktivně chce kupovat – ať je to automobil, domácnost, dovolená, či třeba lifestyle a sportovní produkty.

— Karel Veselý, partner v oddělení poradenských služeb pro pojištnictví Deloitte

Twisto ukazuje budoucnost plateb



Řešení, které zjednoduší denní platby, umožní zaplatit na jedno kliknutí náramkem na zápěstí, aniž byste museli vytahovat peněženku nebo mobilní telefon a na internetu vypisovat při placení všechny údaje, protože stačí fakturu vyfotit v appce, která už si s daty dále poradí. Seznamte se s platbami budoucnosti, které u nás do praxe převádí fintech Twisto.

„Chtěli jsme představit řešení, které zjednoduší denní platby a které nikdo jiný na trhu nenabízí. Naším cílem bylo vždy příjemně překvapit klienty a doručit wow pocit při placení,“ říká **Michal Šmída, zakladatel a CEO Twisto payments**, když odpovídá na otázku, s jakým cílem šli před šesti lety na fintech trh, který se v Česku teprve tvořil.

Výsledkem je karta, která není napojena na bankovní účet, a přesto

s ní lze platit kdekoli i offline. A k tomu ještě Twisto platební náramek, platba faktur a účtenek přes fotku nebo e-mail či možnost férově si rozdělit platby mezi přáteli, pokud společně slavíte nebo jedete taxíkem a málokdy máte hotovost na vrácení. A expanze do Polska, kde Twisto roste výrazně rychleji než na začátku v Česku. „Jestli ale dnes něčeho lituju, tak toho, že jsme se nepustili dříve do zahraniční expanze a dříve nespustili Twisto kartu v České republice,“ bilancuje Michal a dodává, že vstup do offline plateb byl pro Twisto důležitým krokem. „Je pravda, že na začátku jsme Twisto zamýšleli jako jednoduchou online platební metodu, dnes se umíme postarat o sto procent denních plateb jak doma, tak v zahraničí. Pravdou je i to, že za těch 6 let se toho změnilo opravdu hodně. Třeba i to, že se etabloval pojem fintech, který ještě pět let zpátky vůbec neexistoval.“

„Všechno to začalo v Londýně během práce v investiční bance, kde jsem si uvědomil, jak neefektivně tradiční instituce fungují. Bylo to v roce 2008 uprostřed finanční krize, kdy jsem viděl nefunkční procesy, obrovské kvantum zaměstnanců s vysokými platy, ale přitom s minimální hodnotou. A do toho velmi neefektivní IT, které místo novinek pořád dokola opravovalo chyby ve stávajícím systému. K založení Twisto mě motivovaly právě neefektivita tradiční banky, potřeba řídit se pouze profitem a fakt, že svou pozornost nesoustředí na zákazníka.“

— **Michal Šmída**, zakladatel společnosti Twisto

4 oblasti, které jsou pro Twisto klíčové

1 Spolupráce s tradičními bankami

Budoucnost bankovního trhu je v propojení silných stran bank a fintechů. Fintechy přináší nový přístup k zákazníkovi, transparentnost, banky pak zase stabilitu a dlouhý horizont jejich aktiv (depozita). Fintechy dnes neumí obsáhnout celou komplexitu finančních služeb, jako jsou například hypotéky, takže spolupráce je ideálním řešením. České banky se ale budou muset změnit a otevřít se, protože v současné době je jejich postoj k fintechu velmi vlažný.

2 Recept na úspěšný fintech produkt

Vedle lepší ceny a srozumitelných podmínek je dnes úspěch primárně postavený na přístupu „mobile first“. Ve Twistu věří, že zákazník už nechce chodit na pobočku banky nebo někam volat, ale vše chce vyřešit z mobilního telefonu a optimálně kdykoliv. Na rozdíl od bank dokáží fintechy rychle přinášet nové produkty na trh, které pak dokáží na denní bázi upravovat a vylepšovat. To cílovce Twista, které je kolem 27 let a je z velkého města, sedí.

3 Umělá inteligence prověřuje, Twisto pak důvěřuje

Nasazení umělé inteligence je často právě tím faktorem, kterým se mladé finanční služby od bank odlišují. Ve Twistu si to vzala na povel Nikita, nástroj postavený na strojovém učení, který ověřuje bonitu klientů. Na základě více než 400 veřejně dostupných faktorů dokáže během méně než jedné vteřiny schválit platbu. Nikita má na triku už přes 5,5 milionu žádostí o využití Twista.

4 Expanze do střední a východní Evropy

Na polském trhu působí rok a dnes už ví, že Poláci jsou výrazně více otevření inovacím. Z pohledu konkurence je to sice výrazně náročnější trh, protože zde působí 35 bank a velká řada zahraničních fintechů, Twisto na něm ale roste výrazně rychleji než na začátku v České republice. Takže si od něj logicky hodně slibuje. V rámci další expanze se zaměří na region střední a východní Evropy a brzy by chtěli expandovat do Rumunska.

Co dokáže fintech

Twisto platební náramek: budoucnost plateb v praxi. Je v něm miniaturní platební karta, která umožňuje platby na všech bezkontaktních terminálech. Náramek je voděodolný a nemusí se nabíjet, takže ho lze používat i během sportu.

Platba faktur a účtenek přes fotku nebo e-mail. Žádné údaje už nevypisujete, faktury už jen fotíte. Všechny potřebné údaje za váš přečte appka, která pak fakturu zaplatí a předá ji do měsíčního vyúčtování.

Nákupy přes platební kartu, které se uhradí najednou. Karta je „prepaidová“, funguje na principu kreditní karty. Neplatíte ale za každý jednotlivý nákup, nýbrž jednou měsíčně úhrnnou částku za všechny, které se přes kartu uskutečnily.

Výhodnější kurz pro zahraniční platby. S Twisto Premium ušetříte na kurzu 3 – 5 % oproti běžným kurzům u tradičních bankovních karet. Ať už nakupujete na zahraničním e-shopu nebo platíte kartou za oběd kdekoli na světě.



Mobily pro nevidomé z Česka pro celý svět

Ještě před pěti lety toho nevidomí na výběr moc neměli. Buď používali klasický tlačítkový telefon s omezenými funkcemi, nebo mohli sáhnout po dotykovém telefonu. Ten ale tak úplně nepočítal s tím, že zrakově hendikepovaní potřebují jednotlivé ovládací prvky odlišit hmatem. Telefony byly složité a těžko použitelné.

„Známý jednoho ze zakladatelů je nevidomý a v roce 2013 si stěžoval na dotykové telefony,“ vzpomíná na prvotní impuls **Jan Šimík, CEO společnosti BlindShell**, která od roku 2014 vyvíjí telefony pro nevidomé a zrakově postižené. A tak následovala spolupráce se Sjednocenou organizací nevidomých a slabozrakých ČR a realizace aplikace,

která zpřístupňovala dotykový mobilní telefon čtyřmi jednoduchými gesty. Telefon zkoušela cílovka v praxi, která také byla iniciátorem dalších změn. „Rozhraní jsme původně aplikovali na dotykový telefon. Postupem času jsme ale získali více a více indicií o tom, že by zákazníci přivítali naše uživatelské rozhraní na tlačítkových telefonech. Minulý rok

jsme na trh uvedli model Classic, který navazuje na velmi oblíbenou Nokii. A s tlačítkovým telefonem počítáme i do dalších let.“

BlindShell kombinuje tlačítkový telefon s aplikacemi

„Chceme-li klasický smartphone zpřístupnit nevidomému, musíme mu umožnit, aby se v systému orientoval pomocí sluchu a telefon mohl ovládat gesty, bez nutnosti znát přesnou polohu ovládacích prvků na displeji,“ připomíná Jan Šimík.

Co je tedy základním problémem klasických mobilních telefonů?

Jednoznačně vizuálnost a naprostá podřízenost ovládání dotykovému displeji. U dotykového displeje, na rozdíl od tlačítkového ovládání, nelze jednotlivé ovládací prvky odlišit hmatem.

V čem se BlindShell liší od klasických telefonů? Snažíme se kombinovat jednoduchost tlačítkového telefonu (jeho hmatnost) a vybrané aplikace, které uživatelům zjednodušují život. V praxi se tak bavíme například o čtení knih či jednoduchém zjištění počasí nebo aktuální polohy. Dbáme na to, aby seznam aplikací nebyl zbytečně široký, ale aby zároveň poskytoval vysokou přidanou hodnotu.

Máte produkt pro specifickou cílovku, jak jste pronikali na zahraniční trhy? Celý slepecký trh je velmi koncentrovaný a jasně definovaný. Prakticky po celém světě existují specializované prodejny, které cílí na naše zákazníky, a my od začátku jdeme právě cestou nepřímého prodeje. Navštěvujeme výstavy zaměřené na asistivní technologie, kde získáváme nové partnery. I tak je ale spousta trhů, kde se snažíme prosadit několik let – velkým oříškem je třeba Španělsko. Aktuálně se nám podařilo prosadit se v USA, na které jsme cílili od začátku. Na Novém Zélandě, v Austrálii a v celé subsaharské Africe zase s lokálními partnery finišujeme vstup na místní trhy.

Konkurence je všude, jaká je v tomto segmentu? Kromě operačních systémů iOS a Android existuje po světě několik firem, které se snaží o to samé, co my, trůfám si ale říct, že dnes už jsme světovou jedničkou. Přitom ještě dva roky zpátky jsme byli rok pozadu za naším

největším konkurentem z Francie, který má taktéž telefony s tlačítky. Loni jsme ve Francii rostli o 254 %, v Německu jsme řádově prodali 29 % naší produkce. S konkurencí ale nebojujeme, pouze ji monitorujeme.

Přehledný a snadno ovladatelný

S ukončením výroby chytrých tlačítkových telefonů, které mohly být vybaveny asistivní technologií, byla řada nevidomých postavena před otázkou „co teď?“. Část se pustila do zkoumání a posléze do užívání dotykových telefonů. Ne každý ale byl ochoten učit se množství ovládacích gest, ne každý má potřebnou představivost, bez které se nevidomý uživatel při práci s operačním systémem Android či iOS neobejde. BlindShell přišel s jednoduchým, spolehlivým ovládáním. Od začátku jsme s nimi řešili, co nám chybí a co by nám pomohlo, u vývoje jsme v pozici konzultantů po celých 7 let. Co oceňují? To, že si BlindShell i po takřka 7 letech vývoje udržel snadno ovladatelné prostředí, které zachovává princip ovládání první verze. Přibýlo a vylepšilo se mnoho funkcí, nikoli však na úkor přehlednosti a způsobu ovládání. Vývojářům je jasné, kdo je cílová skupina, a toho se naštěstí drží...

— **Michal Jelínek**, Sjednocená organizace nevidomých a slabozrakých ČR



Ovečkárna učí zákazníky znovu používat vlnu

Martin Bernátek, CEO Czech Wool Company, jejíž vlajkovou lodí je e-shop Ovečkárna a vlastní produkty pod značkou Ovečka Vlnka, bez okolků přiznává, že prvotním cílem bylo vydělat peníze. Jak jinak, je to byznys. Jenže postupem let radikálně změnil názor.

„Rád bych vybudoval velkou firmu, kde budu zaměstnávat co nejvíce lidí. Stojím si za tím, že už dnes náš e-shop Ovečkárna učí lidi vlnu především používat. Zapojujeme poslední výrobce, kteří v Česku zůstali, a ti

rostou společně s námi. Do budoucna musíme být připraveni tyto výroby koupit, protože jakmile ukončí výrobu, řemeslo už nebude mít kdo dál předávat.“

Všechno to začalo kolem roku 2009, kdy Martin Bernátek dostal od svého táty stánek se sortimentem z ovčí vlny. „Přesněji stánek a zboží na dluh, se kterým jsem byl vyslán na trh. Sám za sebe,“ vzpomíná na dobu, kdy mu bylo 18 let. „Tehdy jsem měl mnohem blíž k technologiím, takže pro mě bylo poměrně přirozené zkusit prodávat na internetu a založit si tak vlastní

e-shop s ovčími produkty.“ Jenže online obchod měl ve stejné době i Martinův táta. „Šlo hlavně o to, že na stáncích jsem prodával jeho zboží pod jeho značkou, ale na internetu jsme si začali konkurovat. Po krátkém čase se mi začalo dařit, potřeboval jsem mnohem více zboží, ale táta byl etablovaný a stačilo mu to, co má. Došlo to tak daleko, že jsme se nepohodli a on mě odstříhl od dodávek.“

Zůstalo zboží jen na několik málo měsíců, a proti tomu zásada, že

partnery táty kontaktovat nebude. Nezbyvalo nic jiného než si najít svou vlastní cestu. „Dokázal jsem sehnat kvalitnější, ale mnohdy i zajímavější výrobu, a nový sortiment jsem postavil pro každého, od babičky až po studenty nebo sportovce.“

Od roku 2011 pak přišel zásadní růst, investice do dílny na výrobu papučí, větší zaměření na vlastní výrobu pod značkou Ovečka Vlnka. A vytvoření finančního plánu. „Člověk, který nám ho zpracoval, nevěřil vlastním očím, když zjistil, že jsme během roku protočili celou hodnotu skladu čtyřikrát, neboli čtyřikrát za sebou jsme vyprodali celý sklad.“



S růstem ale přišly pochopitelně i problémy, logistika měla velké rezervy, firma se každý rok stěhovala kvůli kapacitě skladu. „Teď už ale máme sklad dostatečně velký a přikupujeme další prostory.

A naskladňujeme zboží vyrobené na další sezónu. To je pro nás klíčové, protože všechno zboží, které máme momentálně skladem, je už v podstatě prodané. Kladu si ale za vinu, že jsme nikdy nedokázali plně uspokojit poptávku,“ říká Martin Bernátek.

Za zlomový považuje letošní rok. „Začali jsme se více soustředit na to, v čem je náš sortiment unikátní. Lépe jsme si definovali značku Ovečkárný i to, na jaké kategorie se více zaměříme. Výsledek? Rozšíření unikátního sortimentu o širokou škálu zdravotní obuvi a nových příkrývek, využití nových trendů v e-commerce při vylepšování e-shopu a očekávaný obrát v roce 2019 kolem 30 až 35 milionů korun.“ A spoustu dalších plánů na rozšíření i expanzi za hranice, protože ovčí vlna je materiálem budoucnosti a zákazníci už zase objevují její výhody.

Ovečkárna a její klíčové milníky

VLNA: Takový ten tradiční hřejivý vánoční dárek. Vlna má ale skvělé termoregulační vlastnosti (merino vlna), takže v zimě hřeje, v létě chladí. A je to udržitelný materiál. Největší výzvou textilního odvětví bude

vytvořit větší zdroje vlny a jejího zpracování.

STÁNKOVÝ PRODEJ: Začátky. Hlavně kvůli dennímu kontaktu se zákazníky. Není lepší zpětná vazba než ta, která je okamžitá. Zjistíte, jaké jsou potřeby vaší cílovky, co chtějí a proč vlastně výrobky z vlny mají tak rádi.

OVEČKA VLNKA: Vlastní řada, která v celkovém prodeji tvoří 65 % celého sortimentu a zaměřuje se na unikátní zboží – bytový textil, domácí obuv, ponožky a ortézy. Vznikla jako reakce na krachující výrobu nebo zhoršující se kvalitu dodaných výrobků.

LOGISTIKA: Největší rezerva a výzva. Limity v expedici na 400 balíčků denně. Každý rok stěhování kvůli kapacitě skladu. Díky investicím do přehlednějšího skladového systému expedice zvládá až 650 zásilek denně. Naskladnit lze i zboží pro další sezónu.

EXPANZE: V roce 2018 vstoupili do Rumunska a Maďarska, přitom právě v druhé zmíněné zemi mají například v létě větší obrát než na Slovensku. Obecně platí, že skrz všechny zahraniční trhy vykazují více než 100% růst.



Martin Bernátek společně se svou manželkou Lucií vybudovali značku od puky. Teď je jejich cílem vrátit slávu tradiční výrobě a udržet řemeslo v Česku.

„Rodinné firmy vypadají na oko super a přátelsky, ale lidi se nakonec můžou mít plné zuby. Někdy to všechno nemusí dopadnout dobře. My dnes mezi sebou máme úzké vztahy, takže pokaždé, když mám přijmout někoho nového, tak ho přijímám nejen do firmy, ale současně i do své rodiny.“

— **Martin Bernátek**, zakladatel Czech Wool Company

SentiSquare: Nevíte, co říká váš zákazník? Pak máte problém

S monologem si dnes už firmy nevystačí, ve vlastním zájmu by měly vědět, jací jsou jejich zákazníci, co o produktu nebo společnosti říkají a jak ji na trhu vnímají. Jenže probrat se množstvím dat, které denně přijde e-mailem, zjistit, co se řeší na sociálních sítích nebo prokousat se hovory z call center, to je náročný proces. Zatímco dříve firmy musely jít po jednotlivostech a jen stěží v obrovském množství dat hledaly souvislosti, dnes na to mají umělou inteligenci. A ta data miluje – čím více jich zpracovává, tím lépe.

„Naši výzkumníci se různým aspektům umělé inteligence začali věnovat již na škole, takže dohromady pracují na algoritmech více než 30 let. Naskočili na vlnu objevů v oblasti strojového učení a zpracování přirozeného jazyka a díky tomu vytvořili špičkovou umělou inteligenci, která dnes pomáhá zpracovat to, co zákazníci firmě napíší nebo řeknou během hovoru,“ vysvětluje **Stanislav Rejthar, CEO společnosti SentiSquare**, která vyvíjí umělou inteligenci na zpracovávání a analyzování přirozeného jazyka.

„Umělá inteligence vyhodnotí texty, na které je potřeba urgentně zareagovat, a naopak jen archivuje ty, na které reakce není potřeba. Firmy si pak s požadavky zákazníků rychleji a kvalitněji poradí,“ shrnuje Stanislav Rejthar. Díky tomu lze nahradit rutinní a manuální práci lidí a zpracovat obrovské množství dat – rychle,

přesně, bezpečně. A třeba i získat zpět naštvaného zákazníka.

Umělá inteligence zařadí problém do souvislostí

Big data, strojové učení, zpracování přirozeného jazyka (Natural Language Processing, NLP) – to je denní chléb startupu SentiSquare, který od roku 2014 prodává umělou inteligenci na zpracování a analýzu dat textové komunikace.

Co bylo na začátku nejtěžší? „Najít společnosti, které by si troufaly nasadit nejnovější technologii, která v té době ještě nebyla ve slovníku buzzwordů. Dnes už je obrovský zájem o NLP standardem,“ podotýká Stanislav Rejthar.

Jaké jsou hlavní výhody AI a jak při čtení jazyka funguje? Nahrazuje rutinní a manuální práci lidí, umí vytvářet nové kategorie, které vznikají z nových témat, jež se v textech objevují. Vyhodnotí libovolné množství dat a pomáhá firmám opravdu rozumět a naslouchat svým zákazníkům, protože dokáže vyhodnotit i ty texty, na které je potřeba urgentně zareagovat. Firmy tak zjistí nové trendy, o kterých dosud netušily, a mají díky tomu náskok před konkurencí.

Co konkrétního v praxi zvládne? Dokáže předpovědět odchod zákazníka, rozezná špatné a dobré hovory v call centrech, zapisuje

poznámky a hodnotí compliance. Je schopna okamžitě odhalit problém a najít okamžitou a zacílenou reakci. Z dat jednoho klienta jsme například zjistili souvislost, že zákazníci, kteří poukazovali na problém s topením, měli následně problém s plísni. Analýza CRM systému v jedné telekomunikační firmě zase odhalila podvody.

Na čem je postavena vaše technologie? Na kombinaci strojového učení, principech distribuční sémantiky a dalších metod zpracování přirozeného jazyka, což nám umožňuje, aby se jazykový model natrénovával sám s minimálními zásahy z naší strany. Začali jsme nově nasazovat řešení pro call centra. Naše technologie je schopna si poradit s nepřesnostmi v prepisech hovorů, díky tomu jsme schopni nasadit pokročilou analytiku, která není závislá na ručním nastavování stovek složitých pravidel, ale sama se souvislosti a významy učí přímo z textů. Tím pádem je mnohem efektivnější.

Co dalšího chystáte? Letos jsme vstoupili na polský trh, první klienty máme v Polsku a Německu a chceme se dále rozšiřovat po Evropě. Nyní jsme vyvinuli nejnovější převratnou technologii, tzv. cross-linguální strojové učení, díky kterému jsme schopni replikovat naše produkty do všech jazyků, tedy to, co se z textů naučíme v jednom jazyku, rovnou použít v jiném. To se hodí například firmám, které dostávají požadavky v mnoha jazycích.

Příklad z praxe: Call centrum

Bez umělé inteligence: Stres. Chaos. Nízká pracovní morálka. Nedostatek kvalitních zaměstnanců. Zákazníci se nemohou dovolat. Manažeři netuší, co podstatného jim za jejich zády uniká. Operátoři jsou hodnoceni za odbavení hovorů, ale již nejsou hodnoceni za to, že kvalitně klasifikovali a popsali problém. Naučí se tak rychle a pohodlně zařazovat hovory do pár obvyklých kategorií. Prepisy hovorů jsou nepřesné.

S umělou inteligencí od SentiSquare: V call centru pomáhá strojové učení klasifikovat hovory. Manažeři naprosto přesně vědí, co se v call centru děje, protože dostanou obraz opravdového dění v reálném čase. Ale hlavně se přímo posílí provoz call centra. Umělá inteligence vyřeší i typické problémy call center, jako jsou velká obměna operátorů nebo rostoucí počet interakcí. Umělá inteligence dokáže předpovědět odchod zákazníka a rozezná dobré a špatné hovory.



Když jsme začínali, byl to technologický punk, říká šéf Ackee Martin Pulpitel



Ještě před sedmi lety nebyly mobilní aplikace vnímány jako nutnost. Dnes už jsou středobodem byznysu a firmy vědí, že co se jim nepodaří dostat rychle do appek, jako by nebylo.

„Když jsme začínali, byl to technologicky často dost punk, řešení se stavěla na koleně a pro každý projekt zvlášť. V roce 2012 tady navíc tolik firem zaměřených na vývoj aplikací nebylo,“ připomíná **Martin Pulpitel, CEO a spoluzakladatel vývojářského studia Ackee.**

Co pro vás bylo už od začátku klíčové? Zpočátku jsme si mysleli, že jako inženýři z ČVUT budeme dělat prostě cokoliv z IT a nebude to problém. Ale poměrně rychle jsme se zaměřili na mobilní aplikace a později na náročné webové aplikace. Klíčová pro nás vždy byla kvalita. Nikdy jsme neměli nikoho na obchod a klientům jsme se věnovali my, zakladatelé, a to osobně. Spokojení zákazníci nás pak doporučovali dál.

Vyplatilo se to? Dnes nám měsíčně chodí desítky poptávek a startujeme

jeden až dva nové projekty za kvartál. Nebereme více projektů jen kvůli zisku, vybíráme si ty zajímavé, i to, s kým pracujeme. Dbáme na firemní kulturu a hodnoty a jsme dost nároční i na nové zaměstnance. Díky tomu máme nižší fluktuaci a vyšší spokojenost celého týmu.

Jak se vám vůbec daří hledat IT odborníky? Proces obsazení volné pozice je u nás poměrně dlouhý a trvá i několik měsíců, ale je to dáno hlavně tím, že jsme nároční. Ideální pro nás je, když nám schopní lidé sami napíší,

že si Ackee vybrali a chtějí pracovat právě u nás. Ve firmě pak máme hodně otevřenou politiku.

V čem spočívá? Snažíme se navzájem si pomáhat. Naším primárním zájmem je psát dobrý kód a dělat špičkový design. Sdílíme podobné hodnoty, baví nás to a rádi spolu trávíme čas i mimo práci. Pravidelně provádíme hodnocení spokojenosti zaměstnanců, problémy aktivně řešíme a pořád se snažíme posouvat dopředu.

Kde si nové talenty vybíráte? Všichni jsme absolvovali ČVUT, kde dodnes učíme a hledáme tam i šikovné talenty. V ČR sice máme mnoho skvělých učitelů na všech stupních vzdělávacího systému a také několik dobrých fakult – z technických třeba MFF UK, FEL i FIT na ČVUT, brněnské fakulty – ale v průměru hluboko zaostáváme. Většina soukromých škol tu je jen kvůli zisku svých majitelů a jejich úroveň je tristní. Stát vzdělávání dlouhodobě podhodnocuje a málo tlačí na reformu školství a zavádění moderních prvků. Sami proto stále vedeme některé kurzy na FIT, a tak alespoň takto minimálně přispíváme.

Co říkáte na stávající vzdělávací systém? Pro mě je vzdělávání důležité osobní téma. Vzdělávací systém v ČR je ale bohužel zastaralý a nereflexuje poslední trendy. Vynikající školství je přitom klíčem úspěchu v budoucnu. Krásným příkladem je Finsko, které se za posledních 20 let proměnilo z šedého průměru ve světového premianta. Není založeno na výkonu, ale na spolupráci, spravedlivosti, sociálním kapitálu a profesionalitě učitelů. Letos v létě jsme v Ackee uspořádali exkurze pro děti z příměstského IT tábora od makelToday, kde se učí programovat. A dokážu si klidně představit, že v budoucnu rozjedeme vlastní vzdělávací projekt.

Působíte ještě v Berlíně, jaké tam byly začátky? Vstup na německý trh nebyl těžký – šli jsme na to racionálně a s minimálními náklady. Nechtěli jsme platit horentní sumy za marketing, ale sbírali jsme první klienty, ladili web, psali blogy. Možná to trvalo zbytečně dlouho, ale je to zkrátka naše osvědčená cesta. Pak přišla výhra tendru na aplikaci pro Německý spolkový sněm (Deutscher

Bundestag), což je v Německu nesmírně prestižní záležitost. Němečtí zákazníci jsou nároční, ale disponují většími rozpočty, takže si naši kvalitu a přístup mohou dovolit. Dnes pracujeme pro giganty, jako jsou Volkswagen a Audi, nebo pro tradičně velmi silné německé střední technologické firmy.

Proč vůbec padla volba na Německo? Vždy jsme volili spíše opatrnější přístup, proto jsme v roce 2017 při expanzi do zahraničí dali přednost Německu a ne třeba USA, kam míří většina naší konkurence a kde se většině moc nedaří. V Německu rosteme o více než 1000 % každý rok, a to hlavně díky práci na nejnáročnějších projektech, ne přes objem práce a počet lidí. Jdeme svou cestou, např. jako jedna z mála IT agentur neděláme až na výjimečné případy bodyshopping. Vždy se snažíme pracovat na komplexním projektu od analýzy přes wireframy, design, implementaci až po následný support a rozvoj projektu. Letos očekáváme tržby kolem 80 milionů korun.



Konec řemesla v Česku?

Dlouhodobě klesá zájem o učňovské obory zaměřené hlavně na vzdělávání zedníků, pokrývačů a truhlářů. Mladým se zkrátka rukama pracovat nechce. Řemeslo má přitom u nás tradici a s každým dalším neotevřeným prvním ročníkem na učňovských školách hrozí, že ho nebude mít kdo dělat. Naštěstí existují firmy, které se snaží tradici zachránit, a stejně tak iniciativy, jejichž cílem je dostat známé pravdě o zlatých českých ručičkách.

O tom, jak to v praxi (ne)funguje, ví své společnost Czech Wool Company, která pod vlastní řadou Vlnka vyrábí produkty z ovčí vlny. Její zakladatel a CEO Martin Bernátek vzpomíná na dobu, kdy u nás vlna byla masovým segmentem, a srovnává ji s dneškem, kdy se u nás už „nevyrábí“ ani nezpracovává, vše se dováží ze zahraničí.

„Narážíme tak trochu na problém, a tím je spolupráce s kvalitními lidmi, a to i přesto, že jsme ve Zlíně, kde má toto řemeslo bohatou tradici a historii. Do výroby k nám chodí na brigádu důchodci, kteří se této práci dříve věnovali v bývalých Baťových závodech. Jakmile ale tito lidé už nebudou, tak bude velký problém s tím, abychom sehnali nové a kvalifikované.“

Návrat ke kutilským kořenům

Dostat kutilství znovu na výsluní se snaží i lídr 3D tisku Josef Průša. „Když jsem začínal s technologiemi, hrozně mě štvalo, že jsem neměl

možnost pořídit si třeba pájku, protože na vysokoškolské koleji podobné vybavení nebylo,“ vzpomínal před rokem, když si přebíral ocenění Deloitte Technology Fast 50 pro nejrychleji rostoucí firmu ve střední Evropě.

A tak vzniknul PrusaLab, dílna pro všechny kutily, která po roce své činnosti kromě dospělých vítá i malé děti. „Když jsme se dostali do fáze, kdy nám firma začala fungovat ve všech směrech, a přestěhovali jsme se do nové továrny, kde bylo místo, rozhodl jsem se, že tam udělám prostor pro veřejnost, kam mohou lidé přijít a s technologiemi si tam hrát. Je to taková filantropie, abych někomu pomohl, pokud chce vyrábět něco dalšího, tak aby měl kde.“

Rok poté si kromě 3D tisku mohou kutilové vyzkoušet stroj na výrobu vakuových forem, práci s tří a pultunovou profesionální frézou, soustruh, router, pájky, ale třeba i vyšívací stroj. A děti zase robotiku nebo tisk 3D modelů.

Polytechnická výchova je zpět

Iniciativy soukromých firem jsou potřeba, bez koncepčního uchopení celého vzdělávání, ale hlavně bez konkrétní pomoci adresně doručené na školy se ale nikam neposuneme. Potvrzuje to i Ilona Zelenková z Hospodářské komory hlavního města Prahy a přidává příklad z praxe. „Děti se dříve na základních školách v rámci předmětu dílny a zahrada seznamovaly s praktickým řemeslem. Jenže na jeho udržení

školy nedostávaly dostatek finančních prostředků, a tak byl předmět zrušen.“

To ale vedlo k tomu, že se z výuky vytratilo posilování a zdokonalování zručnosti a pochopitelně i vztah k manuální práci jako takové. „Jemná motorika přitom není důležitá jen pro učně, ale stejně tak pro gymnazisty, kteří třeba jednou budou lékaři nebo budou vykonávat jinou vysokoškolskou profesi,“ připomíná Ilona Zelenková a poodhaluje, co je náplní této iniciativy: „Podporujeme zájem dětí o technické vzdělávání a usilujeme o návrat pracovního vyučování do základních škol, s čímž souvisí další vzdělávání učitelů a nový projekt zaměřený na polytechnickou výchovu.“

Děti, nebojte se technického vzdělání!

Do mateřských škol tak přijíždí polytechnický autobus, který dětem ukazuje různé materiály a jejich vlastnosti včetně pracovního náčiní. Žáci na druhém stupni základních škol zase pod vedením zkušeného mistra absolvují praktickou řemeslnou výuku v třídách (dílnách), zřízených v rámci středních odborných škol. „Multifunkční a interaktivní učebny budou dalším prvkem, který podpoří technické vzdělávání těchto věkových kategorií,“ doplňuje Ilona Zelenková.

Podporovat edukaci se snaží i Josef Průša. „Technické vzdělávání je dnes to jediné správné vzdělávání. Naším cílem je motivovat děti, aby se více kamarádily s technologiemi. A z 3D tisku vytvořit snazší, dostupnější a jednodušší záležitost.“



Vyřeší nedostatek řemeslníků trh sám?

Nejvíce nedostatkem řemeslníků trpí pravděpodobně odvětví stavebnictví, kde je akutní nedostatek zedníků a pomocných pracovníků. Mladí lidé nemají o řemeslo zedníka příliš zájem, a tak nemá řemeslníky odcházející do důchodu kdo nahradit. V důsledku nedostatku zaměstnanců pak ceny ve stavebnictví rostou meziročně zhruba o 4 %, tedy rychleji než inflace, která se aktuálně nachází na 3 %. Problém se ale částečně

vyřeší sám, jelikož v odvětvích s nedostatkem zaměstnanců porostou mzdy dynamičtěji než ve zbytku ekonomiky, což bude motivovat mladé k vystudování příslušných oborů. Co s tím dále? Stát by měl zvážit aplikaci německého modelu duálního školství, kdy je zodpovědný za teoretickou výuku a firmy zase za výuku praktických znalostí. Firmy si tak vychovávají vlastní zaměstnance.

— Václav Franče, analytik Deloitte

Znáte už náš **Deloitte KidsXO klub**, kde školáky seznamujeme s technologiemi a ukazujeme jim, jak bude vypadat naše budoucnost?

Inspirujte se:



Vyhledávač nábytku a dekorací FAVI poznává specifika zákazníků za hranicemi

V roce 2018 jsme na českém trhu zprostředkovali prodej nábytku přesahující 2 miliardy korun, letos bychom rádi překonali 3 miliardy," říká Jan Zajíc, spoluzakladatel a CEO vyhledávače nábytku a dekorací FAVI, a doplňuje: „Nové trhy, na něž jsme postupně vstoupili, rostou výrazně rychleji, po Slovensku, Polsku, Rumunsku a Maďarsku se poohlížíme po dalších zemích.“

V roce 2017 a 2018 jste souběžně vstoupili na polský, rumunský a maďarský trh. Jak se od sebe liší? V mnoha ohledech. I když jsme se snažili být připraveni, tak se učíme za pochodu. Pokud je totiž konkrétní kus nábytku úspěšný u českých zákazníků, neznamená to, že bude dobře fungovat i jinde. V Česku je například velmi oblíbený čistý skandinávský styl, ale třeba v Rumunsku vzorované a romantické kousky. Chování zákazníků se liší hlavně v ochotě objednávat nábytek online nebo v různé míře přes mobilní zařízení, což zase musí ovlivnit strukturu marketingu. Ekonomiku našich projektů ovlivňuje i to, jaká další tržiště nebo nákupní



platformy na daných trzích jsou a jak fungují.

V čem byl jiný vstup do páté země, tedy do Maďarska? Nebáli jsme se do růstu investovat rychleji než v Polsku a Rumunsku a do všeho jsme šli rychleji. Takže už po dvou měsících jsme se v Maďarsku dostali do velikosti, do které nám trvalo se například v Polsku dostat až po půl roce. Chceme tady urychlit

i investice do podpory značky a nejt typickou cestou, kdy projekty začínají výkonnostním marketingem a až později se přidávají aktivity posilující znalost značky.

Jak tedy na trzích v zahraničí rostete? Akcelarovat růst FAVI mimo Česko a Slovensko je náročnější, ale v letošním roce se nám již daří z trhů v zahraničí dělat významnou část našich tržeb. V roce 2020 i díky

plánovanému spuštění dalších nových trhů předpokládám, že tržby z nich budou tvořit většinu tržeb celé firmy.

Na jakém principu je založen váš byznys model? Výnosy generujeme za placená kliknutí z FAVI na e-shopy našich partnerů. Z tohoto pohledu jde o tradiční model, na který jsme na internetu běžně zvyklí. Do toho ale klienty samozřejmě

zajímá, jak zákazníci FAVI na jejich e-shopech nakupují, takže sledují i efektivitu návštěvnosti z hlediska generovaných služeb. Byznys model je na všech trzích stejný, snažíme se držet focus a netříštit zdroje tržeb mezi více modelů, i když by se to někdy nabízelo.

Jestli se někam hodí virtuální realita, tak přesně k vám. Už se po ní poohlížíte? Jsme technologická

firma, takže se o nové trendy zajímáme. Momentálně je pro nás nejzajímavější práce s neuronovými sítěmi, které doporučují uživatelům kousky podle vkusu a stylu konkrétního uživatele. Zajímá nás třeba i možnost, jak vybírat nábytek reverzně podle fotografií. Zatím jsou to spíše jen detaily, které nejsou na první pohled vidět, ale při konkrétním hledání zážitků uživatele zlepšují, takže je to rozhodně cesta, jakou se dále vydávat.

FAVI v číslech

žena 25–65 let
typický nakupující

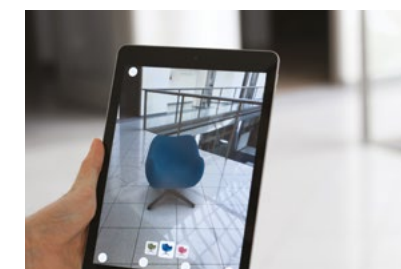
v ČR vybírá z více než **900 obchodů** v nabídce

FAVI je online v **5 zemích**
Česko, Slovensko, Polsko,
Maďarsko, Rumunsko

kde má **300 tisíc**
návštěvníků každý den

2018
2 mld. Kč
objem zprostředkovaného
prodeje nábytku v ČR

2019
3 mld. Kč
plánovaný cíl pro rok 2019



Tradiční zaměstnanecký vztah už nestačí

Alternativní pracovní síla – slovní spojení, které se v následujících letech bude v oblasti lidských zdrojů skloňovat stále více. Nejen OSVČ, ale také kontraktori, agenturní zaměstnanci, freelanceři a další „pracovníci budoucnosti“ brzy nahradí tradiční pracující. Jsou na ně ale české firmy připraveny, když podle průzkumu Deloitte je toto téma prioritou pro pouhých 33 % z nich?

Celkem 12 hodin denně 5 dní v týdnu na pracovišti. Do toho práce o víkendech, protože pracovní týden nestačil. Kontrola e-mailů nepřetržitě, i když ulehnete do postele. Takových (pře)aktivních pracovníků je poslední dobou čím dál tím méně. Naštěstí. Naopak přibývá těch, kteří si cení svého zdraví a volného času a práci i osobní život chtějí mít v souladu.

„Lidé už také nechtějí být uvázaní u jednoho zaměstnavatele na jedné pracovní pozici celý život. Roste proto tendence mít více menších, ale různorodých úvazků a práci častěji obměňovat – pracovníci tak nezabředávají do stereotypu, osvojují si větší spektrum schopností, získávají rozhled a díky procesní zkušenosti mohou být v rámci firmy třeba i efektivnější,“ říká **Pavel Šimák, ředitel týmu poradenství v oblasti lidského kapitálu v Deloitte.**

Trend už je v běhu také v Česku, nahrává mu nízká nezaměstnanost, nouze o talenty i prodlužující se délka lidského života a s ní logicky i celková

doba, kterou za svůj život v práci strávíme. Zadarmo to ale úplně není, pro firmy to znamená například zvýšené nároky na stabilitu, organizaci či celkové uspořádání. A samozřejmě i vyšší míru důvěry.

StartupJobs: Flexibilita přidává do pracovního vztahu lidskost

„Pořád mi přijde, že vztah k zaměstnancům je často založen na nedůvěře. Pokud v 9 ráno nebudou nastoupeni v kanceláři, tak přece nepracují. Nastupující generace ale nechtějí celý život obětovat jen práci. Cílem firem by mělo být, aby měly ty nejlepší zaměstnance, a starat se o to, že jsou spokojení, a to jak v pracovním, tak v osobním životě,“ říká **Filip Mikschik, zakladatel portálu StartupJobs.com.**

Filipe, kam kráčí budoucí pojetí práce? Z toho, co vidíme, směřuje k větší personalizaci, k přizpůsobení práce každému podle toho, jak mu to vyhovuje. Pro někoho jsou to kratší úvazky, možnost pracovat z druhého konce planety, pro někoho je to stále 8 hodin v kanceláři, které ale začínají v 6 ráno nebo naopak až odpoledne. Zajímavý trend je úplná remote spolupráce, tedy taková, kdy zaměstnanec do práce vůbec fyzicky nedochází.

Jak u nás flexibilita v práci funguje? V oblasti startupů a technologických firem, na které se ve StartupJobs

zaměřujeme, vidíme takové benefity v podstatě jako standard u naprosté většiny pracovních nabídek. Samozřejmě tam, kde to práce umožňuje. Recepční na home office úplně nefunguje. Mladé firmy mají v tomto velmi pragmatický přístup. Tady je cíl, kam se chceme dostat, a jestli někdo sedí v kanceláři nebo doma, není až tak podstatné, pokud se k tomu cíli daří dostat.

Co argumenty firem, že to v praxi nefunguje? Základem je mít zodpovědné zaměstnance, kterým můžete dát důvěru, a zamyslet se, jestli platíte zaměstnance za to, že chodí do práce, nebo za to, že pracují. Pokud je to za druhé, tak při nastavení vzájemných očekávání může flexibilní spolupráce fungovat. Ale nějaký univerzální návod podle mě neexistuje, dá se k němu dospět jen metodou zkoušení. Každá firma je jiná, je to živý organismus, který se vyvíjí i v čase, takže to chce bavit se s lidmi, zkoušet nové věci, nebát se přiznat si, že to nevyšlo, a zkoušet dále.

Jak by se na změny měly firmy připravit? Poslouchejte své zaměstnance, neberte je jen jako lidské zdroje, ale jako partnery a ptejte se jich, co jim vyhovuje a co ne. Předejdete tak situacím, kdy si myslíte, že je něco trendy ve světě (např. hot desking), ale vaši zaměstnanci to naopak budou nesnášet. Ze zamýšleného benefitu pak bude důvod k jejich odchodu.



Trendy v oblasti lidského kapitálu v ČR i ve světě

Přestože je zlepšení zaměstnanecké zkušenosti s akcentem na lidský přístup prioritou pro 86 % českých společností, většina respondentů ji jako nejdůležitější nehodnotí – v rámci připravenosti se objevila až na sedmém místě z deseti. V porovnání se zahraničím se pak firmy z Česka cítí lépe připraveny na oblast vzdělávání, mobilitu talentů a jejich získávání, což odráží aktuální situaci na trhu práce. Projděte si, co dalšího jsme zjistili.



”

Nastupující generace nechtějí celý život obětovat jen práci. Cílem firem by mělo být, aby měly ty nejlepší zaměstnance, a starat se o to, že jsou spokojení, a to jak v pracovním, tak v osobním životě.

— **Filip Mikschik**, Startupjobs.com

Umělá inteligence nám umožní zorientovat se v moři informací a uchránit je před inteligentním útočníkem, který používá sofistikované metody.

— **Ondřej Vaněk**,
Blindspot Solutions

Startupem nelze být donekonečna. Firma musí dospět.

— **Jiří Sauer**, Deloitte

Technické vzdělávání je dnes jediné správné vzdělávání.

— **Josef Průša**,
Prusa Research

Díky AI lze nahradit rutinní a manuální práci lidí a zpracovat obrovské množství dat – rychle, přesně, bezpečně. A třeba i získat zpět našťavaného zákazníka.

— **Stanislav Rejthar**,
SentiSquare

Sebelepší nápad je bezcenný, pokud neprojde ohněm realizace.

— **Martin Bohuslav**,
Deloitte Legal

Máme perfektní digitální stopu. Nemůže se stát, že by firma poslala fakturu, která neexistuje.

— **Adam Šoukal**, Roger

Každá technologie musí být především nějak užitečná, aby měla právo na přežití.

— **Jan Hovora**,
Pocket Virtuality

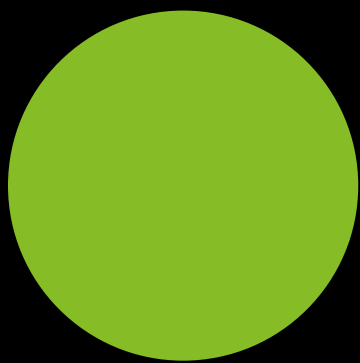
dReport blog

Pravidelná porce aktualit a zajímavostí z daní, práva, účetnictví, real estate, lidského kapitálu i technologií.

Praktické tipy. Komentáře. Poradenství. Inspirace.

Čtení pro byznys i pohodu

 www.dreport.cz



Na unikátní problémy
jsou potřeba unikátní
řešení. **My je máme**

Deloitte.