

Jiří Konečný: Musím mít vizi alespoň na tři roky dopředu



Bc. Jan Horký

Redaktor

Ryze česká společnost ELKO EP z Holešova je specialistou na výrobu relé, elektrotechnických přístrojů, které slouží pro spínání nebo rozepínání elektrických spojů. Stále více se však v jejím sortimentu prosazují také instalace a řešení pro tzv. chytré bydlení, díky nimž lze přes jednu aplikaci v telefonu i na dálku ovládat osvětlení, topení, zabezpečení nebo třeba pračku či kávovar. A přestože zakladatel, majitel a jednatel firmy Jiří Konečný říká, že dnes je chytré (neboli anglicky „smart“) „kde co“, je zároveň přesvědčen, **že praktickému využití inteligentních technologií se neubráníme a že jde o trend, do nějž jeho firma naskočila včas** a který jí v budoucnu přinese daleko větší obraty. „Ta nejsilnější doba ještě přijde,“ uvádí v rozhovoru pro časopis Statutární zástupce firmy.

Když v 90. letech vyrazil Jiří Konečný se svými elektropřístroji vyrobenými v garáži na první veletrh do Německa, obcházeli návštěvníci jeho titěrný stánek a divili se: „Was ist das?“ „Ptali se, z čeho jsme vznikli a co si to vůbec dovoluujeme. Tři roky nato se stali našimi partnery,“ říká Jiří Konečný o počátcích své firmy ELKO EP. Ta letos dost možná pokorí v obratu hranici jedné miliardy,

dodává pro největší evropské hráče a vyvází do sedmi desítek zemí.

Sešli jsme se ve vašem pražském showroomu plném technologií, které umožňují dálkově ovládat domácnost. Kolik jich máte doma?

Všechny, řekl bych. Můj dům je nabitý technologiemi – dříve jsme jim říkali inteligentní elektroinstala-

ce, dnes jsme přešli na anglické „smart home“ – chytré bydlení. Ne-testuji jen na sobě, ale i na ženě a dětech. Žena dlouho vzdorovala a inteligentní instalace ovládala tlačítka, dnes už ji ale přistihnu i s telefonem v ruce, přes který si nastavuje klimatizaci nebo pouští televizi. Umí to i sedmiletá dcera a čtyřletý syn už si také dovede pustit pohádku. Někteří lidé samozřejmě říkají, že nejsou líní zvednout se ze židle a jít si rozsvítit. Když pak ale systém mají, začnou i světla ovládat z telefonu.

Nevadí vám, že ve značné části filmů, které se zabývají tematikou chytrého bydlení, příběh vyústí ve vzbuření technologií proti lidem, třeba kvůli zneužití hackery?

V reklamě to využívala už i jedna pojišťovna. Ale nevadí mi to. Je to sice svým způsobem negativní publicita, ale každá reklama je reklama. Jako každý byznys mají i chytré technologie své příznivce a odpůrce, kteří si za žádnou cenu třeba nekoupí dotykový telefon. Doba je nicméně tak překotná, že se chytrým technologiím neubráníme. Lidé už pochopili, že například i ty chytré telefony šetří čas a poskytují komfort. Stejně je to s chytrými domy. Podobně jako se vám může pokazit něco v autě a musíte jet do servisu,

Jiří Konečný (1973)

- » Zakladatel, majitel a jednatel holdingu ELKO EP, jehož základy vznikly v roce 1993.
- » Absolvoval obor mechanik elektronik na Středním odborném učilišti strojírenském v Kroměříži.
- » Je předsedou Asociace chytrého bydlení.
- » Firma získala řadu ocenění, v roce 2012 byla Firmou roku Zlínského kraje, loni v rámci Exportní ceny DHL UNICREDIT obdržela cenu Globální exportér. Jiří Konečný byl také finalistou soutěže Podnikatel roku.
- » Je ženatý, má tři děti. Žije v Holešově.



může se něco stát i v domě. Dostávám otázky, co bude člověk dělat, když mu v chytrém domě vypnou proud. Odpovídám: „A co bude dělat v klasickém domě?“ V chytré instalaci má naopak většinou záložní zdroj, který napájí nejdůležitější spotřebiče či osvětlení. Neříkám, že kybernetická rizika neexistují nebo že jsou něčím normálním, ale musíme se na ně připravit. Stejně jako se zabezpečují bankovní či ERP systémy, zabezpečujeme proti útokům i naše instalace.

Jaké jsou hlavní rysy těchto technologií?

Charakterizují je motivy jako bezpečnost, komfort, úspora, automatizace, vzdálený dohled. Na každého působí něco jiného a liší se to i podle zemí. Někde třeba nepotřebují tolik šetřit, ale bohatší klienti si kupují tyto technologie kvůli prestiži a komfortu – to je případ Ruska nebo bohatých vrstev v Indii. Musejí to mít, protože si to „pořídil soused“. Jsem rád, že v Česku jsme se dostali z kategorie prestiže více do úspor. Například v domech, které mají více zdrojů tepla či chladu, což je dnes stále obvyklejší, dokáže systém tyto zdroje efektivně řídit a rozhodnout, kde topení přidat či ubrat, s čímž by si běžný uživatel nemusel snadno poradit.



Jak je na tom Česká republika ve srovnání se světem v oblasti rozšíření systémů chytrého bydlení?

Průzkumy z roku 2015 ukazovaly, že v Německu je celkový podíl inteligentních instalací 46 procent, kdežto v Česku to bylo pět procent. Jde o propastný rozdíl, který se ale v posledních letech o jednotky procent snižuje a vidím zvýšenou poptávku. Před deseti lety věděl o těchto technologiích tak jeden člověk z pěti, dnes je zná téměř každý. Povědomí stoupá spolu s tím, jak se technologie ve společnosti rozšiřují, a v podstatě jakýkoliv spotřebič dnes může mít vlastní aplikaci.

Neveznikají občas věci s nálepkou „chytré“ jen pro formu, přičemž jejich praktické využití není moc vidět? Ted' se hodně řeší například „chytré lavičky“ ve městech, jež některým kritikům připadají jako vyhozené peníze...

To jste odbočil do smart city, což je takový neuchopitelný pojem, který by byl na samostatný rozhovor. Sám jsem v této oblasti aktivní a chytrá lavička pro mě určitě není synonymem chytrého města, spíše jen jeho současnosti. Některá města si dávají sama označení „smart“ jen proto, že mají například informační tabuli. Slovo „smart“



Jiří Konečný v sídle firmy v Holešově

začínám pomalu nesnášet, protože smart je dnes kde co, existují smart zoo, smart farmy... Stejně je to s Průmyslem 4.0, což je také módní spojení. Mám rád vize a potřebuji být tak o dva tři roky napřed; zároveň jsem materialista, elektronik, a když o něčem mluvím, tak to potřebuji držet v ruce. Vyrábíme senzory pro chytré sítě, s kterými se tady za poslední rok „roztrhl pytel“, a podle mě jsou to ty správné senzory, jež vytvoří základ chytrého města a umožňují přenášet naměřená data do operačních středisek. Co tyto senzory budou měřit, jestli to bude rychlost projíždějících vozidel, osvětlení, CO2, teplota, ..., to už je v podstatě jedno.

O firmách se často říká, že vznikly v garáži. Ve vašem případě to tak ale bylo doslova, že?

Je to pravda, nic jiného jsem neměl. V otcově garáži jsem mohl leptat plošné spoje, pájet, vrtat a vyrábět první relé. Zapojil jsem do toho celou ulici. Tatínek byl hasič, vždy jeden den pracoval, a když měl volno, fungoval jako roznášková služba a rozvážel součástky po ulici, sousedi je pájeli, otec pak vý-

robky sesbíral, já jsem je otestoval, zabalil a odeslal zákazníkovi. Relé jsou dodnes naším hlavním sortimentem. V této oblasti jsme velmi silní a druzí v Evropě, děláme pro osm z deseti největších firem. Relé jsou stále „dojná kráva“, která nám umožňuje investovat peníze do perspektivních chytrých řešení, o nichž věřím, že se v budoucnu také stanou dojnou krávou. Trend jde tímto směrem a my jsme do něho naskočili brzy, což je dobře. Majitelé velkých budov, jako jsou hotely nebo nemocnice, mají dnes potřebu prostory vylepšit – okořenit; děláme také spoustu retrofitů kanceláří – mladí lidé chtějí být ve „smart officech“.

Souběžně s rozjezdem podnikání jste pracoval jako zaměstnanec. Kdy přišel zlom, že jste opustil zaměstnání a začal podnikat na sto procent?

Když jsem spal denně čtyři hodiny a žena už to nemohla vydržet.

Bylo to těžké rozhodování?

Bylo. Dělal jsem nabídkové rozpočty v elektromontážní firmě a na tu dobu jsem měl poměrně hodně peněz,

dost možná víc než moji rodiče dohromady. Říkali mi: „Ty máš takové místo, k tomu firemní auto. Toho si važ.“ Nejsem líný, a když něco dělám, tak na sto procent, ale cítil jsem, že potřebuji svoje myšlenky ještě více zhmotnit. Šel jsem do toho a udělal jsem dobře. První výrobky jsem dodával pro firmu, kde jsem pracoval. Dnes se divím, že tady nevznikla ještě nějaká jiná společnost, která by se této oblasti věnovala.

Kam se za to necelé čtvrtstoletí vaše firma vypracovala?

Máme jedenáct vlastních poboček, počet lidí v holdingu je okolo 315. Rád bych tento rok v obratu pokořil jednu miliardu korun, ale zatím jsme tak na 700 milionech. Ta nejsilnější doba ještě přijde. Osmdesát procent obratu tvoří relé a kousek po kousku rostou chytré systémy, které s tím mohou zahýbat například díky přestavbám velkých hotelů. Pracujeme na tom, aby se tak stalo.

Kde jste na začátku čerpal inspiraci?

V začátcích to bylo na veletrzích a od konkurentů ze západní Evropy,

nejen co se týká funkčnosti, které jsme dosahovali, ale třeba i patřičného marketingu. Na výstavách mívali konkurenti stánky o rozloze dvě stě metrů čtverečních a my jsme měli deset. Strašilo mě, jestli to dokážeme zvládat podobně jako tyto velké firmy. Pamatuji si, že na první výstavě v Německu kolem nás chodili a říkali:

„Was ist das?“ Ptali se, z čeho jsme vznikli a co si to vůbec dovolujeme. Tři roky nato se stali našimi partnery. Právě u těchto partnerů jsem se hodně naučil, například ohledně firemní kultury, a to na vyšší úrovni, než jaká tehdy byla v České republice. V některých ohledech to bylo možná přehnané, především u francouzských firem, ale je lepší se tyto principy naučit lépe.

Firmu jste se učil řídit za pochodu?

Učil jsem se za pochodu být manažerem, ekonomem, psychologem, obchodníkem, ředitelem a majitelem. A umět se správně přepínat.

Správný majitel tedy musí zvládat různé role?

V té době ano. Dnes už je to horší, požadavky na jednotlivé oblasti jsou mnohem vyšší. Je ale dobré, že jsem si ke všemu přičichl a nemohou mě jen tak „opít rohlíkem“. Dnes už máme jasně danou strukturu firmy a každé oddělení má svého ředitele.

Prošli jste si také nějakou krizí?

V době celosvětové krize jsme museli snížit počet zaměstnanců. Když přijdete do výroby a zeptáte se, kdo je nadbytečný, tak moc rukou nahore nebude, ale okolnosti nás k tomu donutily. Zvýšili jsme díky tomu produktivitu, a když šla ekonomika znovu nahoru, tak jsme už nemuseli lidi zpátky do výroby přijímat. Krize pro nás byla vlastně dobrá, ukázala nám, že prostor pro zvyšování produktivity je.

Je ELKO EP rodinná firma?

Z rodiny pracuji ve firmě jen já a mám dospělou dceru, která se na to chystá. Nejsme rodinná firma, ale snažíme se, abychom nebyli ani korporace. Chceme být parta lidí, jež práce baví a kteří dostali příležitost něco dokázat. Pro mladé je to výzva. Dávám

České firmy se nesmějí bát realizovat vize i s rizikem, že pohoří a o peníze investované do vývoje přijdou

jim poměrně velkou míru variability, dostanou vlastní rozpočet, sami rozhodují, kolik půjde na marketing a tak podobně. Každé obchodní oddělení je vlastně svým vlastním střediskem, které si samo hospodaří jako taková firma ve firmě.

Myslím, že Baťa měl podobný systém...

Měl, a je to velmi logický způsob.

Řada majitelů firem dnes řeší předání či prodej firmy. Dostáváte takové nabídky?

Každý asi někdy přemýšlí o prodeji firmy, i když v našem případě chodí spíše zájemci o koupi, než že bych já uvažoval o prodeji. Chtěl bych ještě v epoše chytrých systémů popotáhnout firmu více dopředu a získat daleko větší obrat.

V České republice je nejnižší nezaměstnanost v zemích EU. Potýkáte se také s problémem sehnat kvalitní zaměstnance?

Potýkáme se s tím všichni, ale ten, kdo chce, si člověka vždycky najde. I když musí připlatit. Je samozřejmě otázka, jakou pozici potřebujete obsadit. Nejhorší situace je dnes s pozicemi ve výrobě. Když budu hledat do kanceláře fakturantku s angličti-

nou, tak ji seženu snáze a možná i levněji než operátora do výroby.

Jaké máte zkušenosti se současnou generací nastupujících zaměstnanců? Vidíte nějaké rozdíly oproti předchozím?

Vidím. Vždy jsem dával přednost absolventům, ve firmě jich u nás najdete spoustu. Za posledních pět let je to ale jiné a dnešní generace Z si práce tolik neváží. Je velmi ambiciózní, ale chybí jí pokora. Už není tak jednoduché z těchto lidí vychovat manažery. Je potřeba, aby si člověk z generace Z prošel několika posty, ideálně u různých zaměstnavatelů – v korporaci, v malé firmě a třeba i u nějaké „slibotechny“, která naslibuje, ale nezaplátí –, a pak se vrátil.

Trávíte stále hodně času ve vývojovém oddělení?

Neoznačil bych to ani tak jako vývoj, ale spíš jako vize. Někteří mě za to nenávidí, protože ve výrobě potřebujete především operativní vývoj



Jiří Konečný na návštěvě u žáků
1. ZŠ Holešov

– někde přidat funkci, něco vylepšit, ušít zákazníkovi řešení na míru – a zdroje nejsou nevyčerpatelné. Ve firmě potřebujete řešit tyto věci, a ne moje vize. Zároveň ale bez vizí firma stojí. Dívám se tři až pět let dopředu. Ne vždy mi to vyjde. Dnes jsou to vize, které vycházejí ze základů našich systémů, které už máme, a je potřeba je jen nějakým způsobem „ohnout“. Někdy je nutné kolegům nasadit do hlavy „brouka“ a poptávku po vizích v nich vyvolat. Nesmí se ale jen vyvíjet do šuplíku, je důležité najít rozumný poměr.

Máte nějaké podnikatelské vzory?

Asi Steva Jobse, občas mi říkají, že pracuji podobně jako on. Nutno dodat, že v tom špatném slova smyslu. Někdy přijdu a „hodím vidle“ do něčeho, co je už před uvolněním pro trh.

Kde je budoucnost českých firem, aby zůstaly konkurenceschopné?

Musejí to dělat stejně jako my. Nesmějí se bát realizovat vize i s tím rizikem, že pohoří a peníze, které investují do vývoje, skončí „v kanále“.

Narážíte také na slepé uličky?

Jistě, často. Když narazíte na slepou uličku, musíte ji rychle opustit. Vize musí být realizovatelná, a když se vám podaří vyvinout výrobek, musíte mít také obchodní a marketingovou sílu. S tím, jak penetrujeme trh, vyvážíme do sedmi desítek zemí světa, je pravděpodobnost, že realizovanou vizi v naší síti rozchodíme, čím dál vyšší. Máme výrobek, který jsme už téměř označili za slepou uličku, ale nakonec se ho prodávají „mraky“.

Setkáváte se s kulturní rozdíly, kterým musíte svou strategii jako globální exportér přizpůsobit?

Velmi, a to mě právě baví – umět se přizpůsobit a vytěžit z toho. Často létám na jednání osobně. I bohatého arabské-



Jiří Konečný při přebírání ceny Globální Exportér Roku 2016

ho obchodníka můžete českou mentalitou „přečtyračit“ a obchodně ho dostat tam, kde ho potřebujete. Někteří zákazníci se zajímají o podrobnosti, kolik kde natáhneme kabelů, jiným je to úplně jedno a zajímají se o vzhled aplikace. Je to podobné, jako když si někdo vybírá auto a zajímá se o sedačky, ale je mu jedno, co má auto pod kapotou. Je potřeba vědět, na jakou notu v konkrétní kultuře hrát a co si naopak nedovolovat. Například v jedné brožuře jsme měli fotku typické rodiny a pro trhy v islámských zemích jsme z ní museli vymazat psa a ženu „doobléct“.

Budete kandidovat v podzimních volbách do Poslanecké sněmovny. Na co byste se chtěl v politice zaměřit?

Na smart city, které tady řeší čtyři ministerstva, a výsledkem je chytrá lavička. Chtěl bych se inspirovat například Estonskem a přinést skutečně reálné věci, které by občané opravdu pocítili – nejen v oblasti technologií, ale i v elektronizaci státní správy, pasportizaci či digitalizaci: Aby člověk mohl třeba jezdit v Praze i Brně v MHD se stejnou kartou. Ve Spojených

arabských emirátech mají zase aplikaci, přes kterou mohou zaplatit pokutu, pojištění nebo podat žádost o živnostenský list.

Jak jsou u nás tyto plány realizovatelné? Nezdá se, že bychom si zatím dovedli s elektronizací státní správy poradit...

Míra demokracie, která u nás je, je tak vysoká, že lobbying firem do realizací prosakuje a výsledkem jsou nedodělky. Mým snem je mít jednu platformu – nezáleží na tom, jestli ji vyvine soukromá, nebo státní firma –, jeden systém, na kterém bude vše fungovat, bude stabilní a nebude se každých pět let měnit. Nemusíme objevovat Ameriku a můžeme se inspirovat v okolních zemích.

Jak odpočíváte?

Máme firemní kapelu, která je stejně stará jako firma samotná a tvoří ji zaměstnanci. Na některé pozice máme dokonce více adeptů. Původně jsem hrával na trubku, dnes hraju na kytaru. Chodím cvičit, věnuju se dětem a jsem věčný začátečník v golfu. ●