

## Filozofií značky jsou inovace a zdravý selský rozum

www.freshtime.cz

červen 2018


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

Muž, který ví, co chce

Osobnosti tohoto vydání:

- Karel Pacourek
- Pavel Mikoška
- Jiří Kopáček
- Michael Valášek
- Barbora Kaprálová
- Jiří Hollein
- Matěj Kretík

DRUŽSTEVNÍ ZÁVODY  
„DRAŽIČICH“ J



**Karel Pacourek**  
Filozofií značky jsou inovace  
a zdravý selský rozum  
rozhovor na stranách 2–4

# Filozofií značky jsou inovace a zdravý selský rozum



Když jsem navštívila areál Družstevních závodů Dražice, jako bych se ocitla jednou nohou v inspirující době První republiky, druhou však na půdě firmy, kde

trisměnný provoz dává příležitost odhadnout, že se zde vyrábí spousta užitečných zařízení, bez nichž se člověk dnes neobejde. Nejen stylově zrekonstruované budovy, ale především stopa přemýšlivosti někdejší generace, to vše jako výchozí bod novodobé vynalézavosti a hledání cesty, která bude nejen akcionářům, ale především zákazníkům dávat smysl. Tak nějak bych si dovolila stručně charakterizovat to, co mne napadlo, když jsem měla příležitost seznámit se s filozofií podniku a snahou cízeloovat postavení na českém i mezinárodním trhu.



Ing. Karel Pacourek

Společnost Družstevní závody Dražice, největší český výrobce ohřivačů vody a výhradní dodavatel kvalitních švédských tepelných čerpadel NIBE, zaznamenala výborný rok 2017. Potvrzují to její ekonomické výsledky, včetně tržeb, které vzrostly oproti roku 2016 téměř o 9,7 % na 1,4 mld. korun. Na celkovém obratu se nejvýrazněji podílel tuzemský prodej produktů DZD (50 %), dále prodej tepelných čerpadel NIBE (22 %) a zbytek tvořil export do zemí EU, Ruska nebo Severní Ameriky (28 %). Co stojí za takovým úspěchem? Mno-

hé možná napoví úvahy generálního ředitele Družstevních závodů Dražice-strojirna s.r.o. Ing. Karla Pacourka:

**Jste největším výrobcem ohřivačů vody v České republice, ale zná vás celá Evropa, potažmo mnozí odběratelé vzdálenějších destinací. Jaký to je pocit?**

Mnozí vědí, že Družstevní závody Dražice jsou firmou s dlouholetou tradicí – původně to bylo výrobní družstvo, které ohřivače teplé vody do-

dávalo na trh od roku 1956. Bylo tak slavné a bohaté, že mělo svoji vlastní kempelickou i hospodu. Tehdejší záměr vyrábět to, co lidé budou stále potřebovat, byl velmi nosný. A nám dávalo smysl, po řadě změn týkajících se vlastnictví a formy podnikání, na to navázat. Dnes jsme členem švédské skupiny NIBE a naše bojler s jedinečným systémem topných keramických těles mají více než poloviční podíl na domácím trhu. Cílem je však vedoucí postavení s ohřivači vody v ČR ještě upevnit a posílit je i mezi nejlepšími evropskými firmami v oboru. Vycházíme z jasně daných atributů: dlouholetá tradice, vysoká kvalita, nadstandardní služby zákazníkům a odpovědnost vůči životnímu prostředí. Pro stabilitu našeho businessu hraje nepopíratelná výhoda. Lidé teplou vodu potřebují stejně tak jako jídlo, oblečení nebo bydlení. Tedy abych odpověděl – pocit je to velmi povzbuzující. Na druhé straně sám o sobě nestačí.

**Exportujete do řady zemí, které destinace jsou těmi, na něž spoléháte nejvíce?**

V současné době vyvážíme do 40 zemí světa a rádi bychom export ještě posvědlí. Tři čtvrtiny obratu ohřivačů teplé vody jdou na trh ČR a SR a 30 % připadá na export do zemí Evropské unie, Ruska, na Ukrajinu, do pobaltských zemí a zemí bývalého Sovětského svazu. V Rusku jsme na prvním místě v prodeji sofistikovaných ohřivačů. S těmi jsme pronikli také do Chile, která je nejvíce proevropsky orientovaná země z Latinské Ameriky. Ale dodáváme i do Mongolska jistému podnikateli, který dříve studoval v Česku a má k nám velmi dobrý vztah. Co z toho plyne: vývoz cílíme především do Evropy, a to z prostého důvodu. Naše výrobky jsou objemově neskladné, jsou to velké kusy a převážet je znamená mimo jiné vozit vzduch, a to je na delší vzdálenosti neekonomické.

**Čím jste si získali své zákazníky? A jak se z nich stávají ti věrní? Hraje svou roli stále tradice?**

Předně kdo je náš zákazník: jsou to zejména instalatéři, kteří nakupují v odborných velkoobchodech. Tradice svoji roli hraje, a to ve znalosti našeho sortimentu a dlouhodobé spolupráci s odběrateli. Instalatéři jsou platformou prodeje, na jejich erudici, zkušenosti a práci sázíme. Víme také, že nechceme být nejlevnější, ale tato zásada je podložena snahou dát uživateli ty nejlepší garance kvality, servisu, údržby, tedy jistotu, že mají vždy všechno nainstalované v pořádku, podle pravidel, certifikací, že se prostě mohou spolehnout. To je naší velkou přidanou hodnotou.



Ne chceme prodávat jen na množství, třeba přes internet, bez jakéhokoli poradenství. Potřebujeme zpětnou vazbu, čili vztah. Instalátér je základ, pevná osa naší klientely. Musíme se snažit, aby byl spokojený, abychom mu poskytovali školení o novinkách, informace, jaké potřebuje, byli stále po ruce, když se vyskytne problém, dokázali poradit. Montovat se musí podle přísných pravidel, a nejen proto, aby vše dobře sloužilo, ale i proto, že když se něco stane, aby měl koncový uživatel pádný argument například pro pojišťovnu. Tedy snažíme se dát jistotu.

**Všimla jsem si, že když stavebník konzultuje s instalátérem, jak vybavit technickou místnost rodinného domku, odpověď je velmi často stejná: jedině Dražička! To je reference, která nemá konkurenci...**

Víme o tom a velmi si toho vážíme. Nejsou to pro nás jen reference, je to něco více. Je to součinnost zhruba s 200 servisními firmami, které nám věří. Taková slova „jedině Dražička“ jsou zároveň odpovědí na naši strategii.

**Většina lidí touží po technologicky špičkových výrobcích jednoduchých na ovládání, údržbu i opravy...**

Myslím, že jdeme přesně tímto směrem. DZ Dražička i NIBE do rozvoje výroby investují, jak do nových technologií a modernizace, tak

do samotného vývoje, který kopíruje všechny zásadní požadavky trhu. Ne chceme koncového uživatele obtěžovat nesmysly, ale dobře sloužit, šetřit mu energii, čas, nervy. Respektujeme požadavky na chytrá zařízení, ale nepřeháníme to do té míry, aby byli lidé z používání našich vý-



robků vystresování. Vždy hledáme smysl inovací, neděláme inovace pro inovace.

Mezi novinky posledních let se řadí 3. generace inteligentního ohřívače vody OKHE Smart, průlomový model tepelného čerpadla systému vzduch-voda NIBE F2120 se sezonním tepelným faktorem vyšším než pět, a dále ventilací tepelné čerpadlo NIBE F730 pro energeticky šetrné budovy. A letos jsme představili dvě novinky, jednou z nich je elektrický plochý ohřívač vody OKHE ONE pro malé a úzké prostory, který se začal velmi dobře prodávat. Naše zařízení se vyznačují skutečně jednoduchým ovládáním a také nároky na opravy nejsou nadměrně složité. Například ohřívač vody se nemusí vypouštět, při opravě se šetří voda i čas.

**Sortiment je rozmanitý. Co byste v portfoliu ještě rád viděl?**

Určitě bychom chtěli navazovat na to, co již umíme a co lidem dobře slouží. Na druhé straně bych se někdy rád dočkal toho, abychom nemuseli kalkulovat se stále rostoucími cenami vstupů, způsobenými různými vlivy na trhu, ať už jde o ocel, nebo lidskou práci. Nejsem asi sám, koho trápí, že nás stáť tak nepružně přistupuje k naléhavé potřebě řešit nedostatek pracovních sil svojí vizovou politikou. Pro české firmy je to záležitost bytí a nebytí, která začala už rušením učňovských škol. Řemeslo má zlaté dno. Česká republika je průmyslově orientovaná a založená na strojírenství. Podcenění společenské prestiže

dobrého řemeslníka se nám nyní velice vymstilo. Nezbyvá než hledat pracovníky na východ od nás, kde je dostatečná kapacita. Proč se připravujeme o takovou možnost zbytečnou línávosť? Nedostatek pracovníků může významně ohrozit celou naši ekonomiku. A je-li problém řešitelný, proč ho neřešíme? Pro DZ Dražice není problém zaměstnat třeba Ukrajince, umíme je naučit, vyskolit a díky příbuznému jazyku se s nimi i dobře dorozumíme. To má mnoho různých souvislostí, až třeba po bezpečnost a ochranu zdraví při práci.

**Fotovoltaický ohřev vody je zajímavou alternativou, která přináší značné úspory. Na tomto poli jste také dobře zabodovali...**

Společnost Dražstevní závody Dražice vyrobila ve spolupráci s majitelem patentu firmou LOGITEX ohřivače vody, které používají elektrickou energii z fotovoltaických panelů. Pro ohřev vody se využívá energie Slunce, která pomocí fotovoltaických článků vyrábí stejnosměrný elektrický proud, jenž ohřívá vodu v zásobníku. V případě dražických ohřivačů vody je v něm umístěna unikátní suchá topná spirála, která je vyrobená speciálně na zpracování dodaného stejnosměrného proudu. Při tomto způsobu napojení na fotovoltaické panely nevznikají žádné ztráty elektrické energie. Patentovaným řešením DZ Dražice je regulace tepelných ochranných prvků a dvou spirál. Přestože vyrobený stejnosměrný proud je přímo napojen na topnou spirálu, systém dokáže bezpečně odpojit spirály od zdroje a umožňuje využít přebytek stejnosměrného proudu v dalších krocích. Může se využít pro ohřev dalšího bojleru v druhé koupelně, na výrobu vlastní elektřiny, na topení napájené stejnosměrným proudem, na nabíjení baterií a podobně.

Fotovoltaický systém ohřevu vody přináší výrazné úspory energií i peněz a současně přispívá k ochraně životního prostředí. O kvalitě výrobků svědčí také certifikáty, které získal: Certifikát TÜV, Certifikát CE, Certifikát patentové ochrany USA, Certifikát patentové ochrany Kanada, Certifikát patentové ochrany Austrálie.

**Na webových stránkách uvádíte, že byste se rádi zařadili mezi nejlepší evropské firmy v oboru. Co tomu má napomoci?**

Snažíme se být přemýšlivá firma. Chceme do svých výrobků prosazovat zdravý selský rozum.

Zdá se mi však, že ten tak trochu v Evropě začíná chybět. Dám příklad: náš klasický elektrický ohřivač vody má účinnost přes 95 %, čili z 95 % přeměňuje elektřinu na teplotu vody. To je fantastické. Navíc má nadstandardní izolaci, jedno z nejlepších řešení, jaké vůbec existuje. Přesto se na štitku nedostaneme do jiné třídy než B a C. Přitom jiné výrobky nejrůznějšího sortimentu, které zdaleka nemají tak vysokou účinnost, v třídě A podle opatření EU z roku 2015 a 2017 (ekodesign) jsou. Udržitelnost cítíme, třeba už tím, že se snažíme, aby naše výrobky dlouhou bezporuchově sloužily. Některé kroky v legislativě se mi však zdají postavené na hlavu. Jako by se Evropa pasovala na spasitele světa. V inovacích se chceme opírat ne o překotné změny ve výrobě, ale takové, které mají význam a člověku dobře slouží. V ohřivačích



Foto: Martin Švaňák

vody budeme i nadále stavět na našich třech atributech: precizní smart, námi patentované suché keramické těleso a vynikající izolace.

**Inovativní smysluplný přístup je váš firemní adrenalin. Kde probíhá vývoj nových produktů?**

Vývoj toho, co vyrábíme, zůstal zde, v Dražicích. Naše jedinečné znalosti si chráníme, ať už jde o nové myšlenky, postupy výroby, technologie i užívané materiály. Máme řadu certifikátů, ochranných známek. Na inovacích stavíme. K našim ojedinělým řešením patří některé uni-

kátní materiály a technologie, ke kterým náležejí například polyuretanová izolační pěna s nadouvadly 4. generace nebo suché keramické topné těleso, které dobře odolává působení tvrdé vody. Zároveň se chystáme rozšiřovat portfolio o další šetrná zařízení na vytápění, chlazení či ohřev vody.

Za zmínku možná stojí jeden z našich nedávných zlepšováků, tedy funkce Antilegionella. Ta je zavedena v inteligentních ohřivačích vody OKHE Smart. Slouží k odstranění bakterie Legionella, která se často vyskytuje v systémech s teplou užitkovou vodou. Spočívá v řízení teploty vody tak, aby bakterie nepřežila.

**Dnes jste stoprocentním švédským kapitálem, členem skupiny NIBE. V čem to posílilo vaše postavení?**

Když se majitelé v roce 2006 rozhodli, jak umocnit náš kapitál, chtěli firmu prodat někomu z oboru, kdo takové výrobcové rozumí a má k ní vztah. A také s vědomím, aby byl zaručen rozvoj. To se podařilo. Máme dost příležitostí k tomu, abychom potenciál i zdejší know-how dostatečně využívali, posilovali a firmu vedli k dobré seberealizaci.

**A máte své sny?**

Zůstat nejlépe vnímanou a nejvíce kupovanou značkou v ČR a SR. Významně posílit export. Motivaci každého šéfa je podle mne růst parametrů, které znamenají úspěch, ale úspěch v souvislostech. Také bych si přál, aby náš dražický tým byl stále tím, čím je: vlastně skoro rodinná firma, v níž si navzájem umíme vyjít vstříc, poradit si, porozumět si. Přál bych si, aby u nás nepracovali zaměstnanci jen z finančních důvodů. Nechceme být stroj na lidi ani firma, která prodává za každou cenu. Já bydlím v Praze, a když přijedu do Dražic, je to pro mne balzám. Čili těch průníků je více, nejde jen o pracovní prostor. A tak by to mělo zůstat.



Foto: Jan Mareš, DZ Dražice

za rozhovor poděkovala Eva Brixl