

Pro muže v nejlepších letech, s nejlepšími úmysly, nejlepšími nápady a nejlepšími výsledky

Václav Škeřík
Jan Wiesner
Věra Šůrková
Milan Bušek
Vladimír Feix
Milan Zelený
Ivo Gajdoš
Peter J. Kalaš
Dana Odehnalová
Pavel Kysilka
Martin Diviš

Myslím si, že naše cesta bude nejen výroba a obchod, ale také využívání našeho léty budovaného know-how, náš vývoj. Budeme sázet na jednu z našich nesporných předností, a to je vysoká flexibilita. Daná je tím, že se spoléháme sami na sebe v základních činnostech. Požadavky trhu umíme zpracovat pod úhlem vlastních zkušeností a toho, že víme, jak na věci jít v praxi.

Muž, který ví, co chce

fresh
TIME®
PROSPERITA

Ing. Václav Škeřík

generální ředitel
a předseda představenstva
společnosti FARMTEC a.s.

rozhovor o manažerských vizích,
o tom, co firma umí a proč je úspěšná
str. 2, 3, 4

Vize a udržitelnost: hnůj není odpad, ale důležitý zemědělský meziprodukt

Jo, to je bezvadnej chlap, uvidíš, řekl mi Ing. Ivo Gajdoš, viceprezident České manažerské asociace těsně před tím, než mne seznámil s Ing. Václavem Škeříkem, předsedou představenstva a generálním ředitelem společnosti FARMTEC a.s. z Jistebnice. O tom, že je čerstvým držitelem titulu Manažer odvětví Služby pro zemědělství ve 20. ročníku prestižní soutěže Manažer roku 2012, jsem samozřejmě věděla. Ten večer, kdy jsem se s tímto mužem mohla seznámit, byl hostem Golem Clubu, tedy setkání členů a příznivců Pražského manažerského klubu. Téma bylo jasné: kudy vede cesta k úspěchu a jaký je příběh firmy FARMTEC.

Poslouchala jsem monolog a chystala otázky, protože jak se postupně ukazovalo, bezvadnej chlap to zcela určitě je. A nejen to:

Střední škola i vysoká – zaměření zemědělství, zootechnik. Skot, prasata, kozy, ovce, drůbež. Proč jste neodbočil a nezačal vyrábět třeba šperky, obchodovat s kořením nebo dovážet náhradní díly k automobilům?

Těžko říct, nikdy mě nenapadlo, že bych měl dělat něco jiného. Po škole jsem chvíli pracoval jako zootechnik, pak jsem přesedlal na specializaci, které se věnuji do dnešní doby – služby pro zemědělství. Stavby pro ustájení skotu, prasat, chov koz a ovcí, drůbežárny. A bioplynové elektrárny. Dojírný, sila, napáječky.

S partou známých jsme díky jistým okolnostem založili vlastně z ničeho firmu, ve které jsem dodnes. Začínali jsme se šesti projektanty a snahou dělat manažerská rozhodnutí odpovědně a s určitou vizí. Dali jsme se do projektování a realizace zemědělských systémů, začali jsme úročit poznatky z praxe. Dnes máme vývoj, konstrukci, výrobu, montáž, obchod, servis. Brzy jsme věděli, že náš trh potřebuje. Není to vychloubání, je to konstatování.



Ing. Václav Škeřík

Kdo je akcionářem?

Z původních 15 je nyní jen jeden, nový: Agrofert Holding. I já jsem svůj podíl prodal a zůstal pouze v manažerské pozici.

Jaká je vize do příštích pěti let? Někdo říká, že není nutné stále růst, že stačí přežít, i když to nezní būhvíjak odvážně.

Má to něco do sebe a dá se s tím docela souhlasit. Proč se hnát za nemožným, když se dá dělat přiměřeným tempem solidní práce tak, aby byli všichni spokojeni? I tento postup vede k růstu, ale ne za každou cenu.

Ono stále platí, že když je kvantity moc a přespříliš, přeroste v jinou kvalitu, dojde ke změně, ať chcete, nebo ne, staré je neudržitelné. Myslím si, že naše cesta bude nejen výroba a obchod, ale také využívání našeho léty budovaného know-how, náš vývoj. Budeme sázet na jednu z našich nesporných předností, a to je vysoká flexibilita. Daná je tím, že se spoléháme sami na sebe v základních činnostech. Požadavky trhu umíme zpracovat pod úhlem vlastních zkušeností a toho, že víme, jak na věci jít v praxi. Čili umíme poradit. To by měla podpořit naše dosavadní investiční zkušenost.

Exportně jste se vydali do Ruské federace, k Uralu i na něj. Proč zrovna tímto směrem?

Protože je to pro nás výhodné. Zemědělství v této oblasti potřebuje přesně to, co máme vyvinuté. Stavby kravinů, napájení dobytka. Funguje tam přesně to, co umíme, co máme odzkoušeno, co se osvědčilo. Nemusíme nic měnit, tedy takový vývoz je maximálně efektivní. Naši partneři jsou spokojeni, což nás utvrzuje v názoru, že jsme to nevmysleli tak špatně.





Domnívám se, že není daleko doba, kdy lidi u nás pochopí, jaký je potenciál půdy.

Nejde jen o tyto dvě teritoria. Vaše exportní strategii někdo pojmenoval jako masivní rozvoj obchodních aktivit v zahraničí, zakládání a rozvoj dceřiných společností na Slovensku, v Polsku, Rumunsku a Srbsku. Působíte v Německu i Bělorusku.

To je pravda, je to přirozený postup dopředu, ale nepřeceňujeme to. Vyhledáváme oblasti, kde nás potřebují. Určitě je to výhodnější, než se nutit tam, kde je trh nasycen nebo spokojen s jiným dodavatelem. Výrobu jsme za uplynulé čtyři roky zvedli pětkrát, což je potvrzení skutečnosti, že jsme vsadili na správného koně. Ne však na splašeného, chceme být rozumní, ne expandovat za každou cenu. V Rusku jsme 15 let.

Co bude podle vás světu za čas nejméně chybět? Voda? Energie? Morálka? Zaměstnanost?

No – asi vše, co jste řekla. Možná nejméně morálka. Víte přece, co řekl kdysi Baťa. Že hospodářská krize není krizí ekonomiky, ale morálky. Podvody, korupce, tunelování, rozkrádání – to se přece jednou musí zastavit. Ještě ale asi nenašla správná doba, i když se blíží. Krizi nelze řešit finančními prostředky, svět nezachrání překupníci, hráči ani to, že jeden se snaží vydělat podvodně na druhém. Svět zachrání práce a výrobky či služby, které prací vznikají. Blíží se tedy doba, kdy bude potřeba zase poctivě pracovat. Hodnoty, které člověk k životu potřebuje, se nevytvoří jinak než prací. Ať již vysoce sofistikovanou, nebo ne tak produktivní, ale prací. Platit by se mělo za práci, vydělané prostředky by měly sloužit k nakupování.

Čeká i české zemědělství opětovný návrat k hodnotám?

Myslím, že určitě. Vrátil se a posílí vztah k půdě všeobecně, nejen podniků, které na ní hospodaří. Domnívám se, že není daleko doba, kdy lidi u nás pochopí, jaký je potenciál půdy. A co všechno nám příroda připravila tak, abychom to ještě zhodnotili usilovnou péčí, abychom věděli, proč je to nezbytné.

Přijde doba, kdy se Česká republika stane zase soběstačná v zásobování potravinami?

Dnes jsme na 50 procentech. To se změní, jsem o tom přesvědčen. Nerad bych vypadal jako věrozvěst, ale doba hodnot zákonitě přijde. Musí. Vždy to tak bylo. Soběstačnost vytváří svobodu. To, co máme dnes, je přechodná záležitost. Půdní, klimatický i lidský potenciál k tomu být soběstační máme. Celá planeta se bude muset uživit a nezbyde, než aby se o to každý region staral, aby se o to zasloužil.

Svět zachrání práce a výrobky či služby, které prací vznikají. Blíží se tedy doba, kdy bude potřeba zase poctivě pracovat.

Máte jasnou filozofii pohledu na svět. Říká se o vás, že jste vizionář. A nelitujete času, který věnujete komunikaci s ostatními...

Jestli jsem vizionář, to nevím, ale snažím se přemýšlet, jak nepromrhat čas určený k tomu, abychom dělali, co je potřebné, aby nám to zajistilo živobytí a druhé straně to přineslo užitek. Uvědomuji si, že toto komunikovat je nesmírně podstatné, pokud chci, aby mi ostatní rozuměli. Naše práce je určena pro další lidi, odběratel, zákazník, to je partner, s nímž se vždy snažíme najít něco společného. Pokud máme jako firma úspěš, musíme s partnery vytvářet vztah, najít společnou řeč, pobavit se s nimi, sdělit myšlenku. V komunikaci vyčistíte argumentaci, najdete společnou řeč.

Často používáte zaklínadlo know-how. Čím to?

Koncentruje se do něj praktická zkušenost, princip jak na to, což souvisí například s budováním značky. Od začátku naší činnosti jsme si byli vědomi, že existují jistá pravidla podnikání, která je třeba respektovat a dodržovat, dokonce ctít, aby firma mohla nejen zhodnocovat to, co umí, ale aby to měla i vhodně ochráněno. Takže jsme poměrně dosti úsilí vždy věnovali této problematice. Nehmotné bohatství, duševní vlastnictví, ochranné známky, patenty. Když to dnes porušíte, jste jednou nohou v hrobě.

Abyste tohle všechno ukočíroval, určitě jste vymyslel den s padesáti hodinami... Co děláte, když jste v absolutním stresu?

To nevím, nemám stres. Fakt. Nehroučím se, umím si čas zorganizovat. Umím také intenzivně nepracovat.

Původním zaměřením jste zootechnik a máte patrně i nyní vztah k domácímu zvířectvu, předpokládám, že pes, kočka, slepice, čuník ve chlívků a ani zahrada plná rajčat nechybí.

Mýlíte se. Nemám ani psa, ani kočku, natož třeba kachny a králíky. Nemám ani papouška nebo želvu. Neokopávám polnosti, nemám záhony jahod ani ředkviček. Vlastním sice dům a zahradu, ale tam fakt jen odpočívám. Užívám si to. Ale vážně – nezvládl bych to, jsem stále na cestách.

Dokončujete doktorandské studium na Jihočeské univerzitě v Českých Budějovicích, působíte jako poradce prezidenta Agrární komory ČR a předsedy Zemědělského svazu ČR, iniciativy směřující k TJ Sokol i Sboru hasičů v místě bydliště. Setkal jste se s prezidentem Ruské federace Vladimírem Putinem, podílíte se na formování zemědělské politiky naší země. To přece není samo sebou.

Aby měl život člověka smysl, je potřeba, aby dělal něco užitečného. Aby vytvářel ty správné hodnoty. Farmtec se o to snaží. Bezprostředními aktivitami i těmi vzdálenějšími. Stavby



Být užitečný nebude znamenat jen umět si najít cestu k zakázce, ale půjde také o dobrý pocit z toho, že člověk udělal něco dobrého pro jiného, další generaci.

pro ustájení a krmení skotu, prasat, ovcí a koz lidstvo potřebuje. Stejně tak jako stavby pro uskladnění hnoje, kejdy. Projektujeme a stavíme i servisujeme bioplynové elektrárny jako jeden ze zdrojů dostatku energie. Slovo udržitelnost vnímám ostřeji, než by se mohlo zdát. Když trochu přemýšlíte, zjistíte, že zákon o zachování energie, pravidla přírodního koloběhu nejsou zas tak na nic. Opak je pravdou. Lidstvo doposud extenzivně plýtvalo, nyní se začíná snažit intenzivně rozumně hospodařit.

Tedy to mám chápat jako odpovědnost manažerské práce se vším všudy?

Svým způsobem ano. Už když jsme začínali s našimi zemědělskými systémy, pod tento pojem to vše shrnujeme, ať s projekcí, nebo stavbami, uvědomovali jsme si, že to, co nabízíme, musí pomoci praxi. Dělat něco samoúčelně je pitomost. U Jistebnice jsme před 15 lety koupili staré hospodářské budovy, celý areál stále přestavujeme, dotváříme, v šesti krajích jsme zřídili dislokovaná pracoviště, abychom byli klientele například servisními službami co nejbliže. Opakují – máme vlastní konstrukci, vývoj, výrobu, montáž, obchod, servis. I proto jsme přežili krizi. Mohli jsme se spolehnout sami na sebe.

Zaměstnáváme 220 lidí a jsme patrně dnes největší projekční firma v ČR. Mít šikovnou partu projektantů a konstruktérů v pozici vlastních zaměstnanců, hledat pro ně práci – to je jedna z našich silných zbraní. Když chcete dnes postavit byt jen psí boudu, musíte k tomu mít dokumentaci...

Také zaměstnáváme skupinu specialistů, kteří ostatním připravují podklady pro jednání s úřady, institucemi, ohledně evropských dotací, investorům pomáháme tzv. dotačním managementem. To se nám velmi osvědčilo. To je ta koncentrace know-how. Také máme širokou škálu lidí podle kvalifikace, včetně řemeslníků, zaměstnáváme i hodně vysokoškolačků. Je to však něco za něco. Naši lidé se naučili spát s mobilem pod polštářem.

Těší mne, že máme nízkou fluktuaci. Lidé u nás zůstávají. Víím proč – je potřeba vytvořit jim takové podmínky, aby je práce bavila.

Jak být užitečný – jedna z otázek, odpovědi na ni se budou brzy platit zlatem.

Možná máte pravdu. V době, kdy zdánlivě nikdo nic nechce, nepotřebuje, kdy netušíme, co je to pokora a proč je nutné být slušní, se musí něco změnit. Být užitečný nebude znamenat jen umět si najít cestu k zakázce, ale půjde také o dobrý pocit z toho, že člověk udělal něco dobrého pro jiného, další generaci. Nejde o pomníky, mediálně posílené velikášství, ale o již zmíněný udržitelný život. O to dělat věci šikovně, s vtipem, účinně a smysluplně.

V živočišné výrobě je dnes spousta speciálních požadavků například na to, aby zvířata žila v dobrých podmínkách, neboť ona to následně ocení ve své užitkovosti. Kubatura vzduchu, světlost stájí, stav mléčné žlázy dojnic, pohybová aktivita zvířat – to všechno jsou biologické požadavky, které mají ekonomickou logiku a projeví se v návratnosti. Člověk dostane více mléka, chutnější maso, hodnotnější vejce. Technologie dojení, to už je dnes kolotoč elektroniky, která dokáže vypovídat o historii jednotlivého zvířete od rodokmenu až po okamžitý zdravotní stav do mobilu zootechnika.

To, co po zvířatech zbyde, hnůj, není odpad, ale důležitý zemědělský meziprodukt. Je to materiál, který skýtá velké možnosti pro následnou manipulaci, výsledek je třeba v elektrárně pro vaši žehličku – využívá se v bioplynových elektrárnách. Postavili jsme jich v naší zemi už 53, umíme to.

V ekonomice našich jednotek uplatňujeme chozrasčot – to pojmenování budí v mnohých ironii, ale jde o ověřený jednoduchý princip: na základě zdravého rozumu a počtů bez kalkulačky. S užitečností i udržitelností má hodně společného. A nám pomáhá.

ptala se Eva Brixi ▀

Toadsquare – nová sociální síť pro umělce na celém světě



Jane Hrouda a Tomáš Hanák v prostorách Musée de la Ville de Paris při akci evokující Montparnasse a dynamický umělecký život Paříže ve 20. století

V samotném srdci Prahy byl v květnu slavnostně spuštěn provoz nové sociální sítě, jejíž zrod trval přes dva roky a stál téměř milion eur. Cílem sociální sítě Toadsquare, jak se tato stránka jmenuje, je spojit dvacet milionů umělců, fotografů, filmařů, scénáristů, návrhářů a jiných tvůrčích profesionálů z celého světa a poskytnout jim možnost okamžitého a globálního představení svého talentu agentům, producentům a sběratelům.

Za vznikem služby Toadsquare stojí Jane Hrouda, dcera českého emigranta, která vyrůstala v Austrálii. „Celý svůj život pracuji s lidmi, kteří se věnují tvůrčí činnosti. Vždy jsem si při tom říkala, že si nemůžeme dovolit, aby se v tolika zemích na světě promrhalo takové množství opravdového talentu,“ vysvětlila Jane. „Poté, co služby jako Facebook a LinkedIn ukázaly, jakou v sobě sociální síť skrývají sílu, uvědomila jsem si, že právě zde by se mohla nacházet odpověď na panující nerovnováhu mezi nabídkou a poptávkou v tvůrčích odvětvích.“

Do realizace své myšlenky nakonec Jane Hrouda spolu s týmem deseti spolupracovníků investovala dva roky práce a téměř jeden milion eur. Na službě Toadsquare se každý může registrovat zdarma. Získá tak svou osobní virtuální vitrínu – dalo by se říci „webovou stránku na webových stránkách“ – pro umístění svých uměleckých děl: fotografií, filmů, videí, scénářů, návrhů, hudebních skladeb – zkrátka ukázek a příkladů svého tvůrčího talentu. Zároveň je zde možné zakoupit vybavení a materiál, zajistit si školení, vyměňovat zkušenosti a tipy s jinými tvůrčími profesionály, propagovat výstavy a vystoupení, získat kritiku od skutečných odborníků nebo hledat inspiraci.

Sociální síť Toadsquare byla spuštěna v Praze, při akci evokující Montparnasse a dynamický umělecký život Paříže ve 20. století. „Levý břeh v době Pabla Picassa symbolizoval skutečné nadšení, příležitosti a vášně – tradici, kterou chce

tým Toadsquare znovu oživit,“ vysvětlila Jane Hrouda. „Na lokální úrovni umělecké komunity vždy prosperovaly. Klienti a sběratelé odjakživa navštěvovali kavárny, kde mohli najít nové nadějné a talentované umělce. Jenže co když jste mladý génius z Jakarty a váš ideální zákazník žije v Madridu? Se službou Toadsquare je to jako kdyby seděl u vedlejšího stolu.“ Producent Joel Einhorn dodala: „Najít toho správného herce pro určitou roli vždycky bylo tak trochu střílení naslepo. Existují sice seznamy a agenti, ale většina z nás radši spoléhá na osobní kontakty, které jsou napůl sociální a napůl profesionální. Toadsquare nyní tyto sítě stonásobně rozšiřuje a lidem jako já nabízí svět plný talentu. Stačí jen párkrát kliknout. Podle mě je to naprosto úžasné.“

Scénárista Adrian Wheeler je přesvědčen, že Toadsquare změní filmový a televizní průmysl: „Nikdy nebylo k dispozici místo, kde byste opravdu věděli, že se producenti a režiséři na vaši práci podívají. Teď je ale všechno jinak a podle mě se jedná o službu, kterou tvůrčí umělci skutečně potřebují. Toadsquare naprosto změní dosavadní přístup výtvarných umělců k vlastní kariéře – sázení na štěstí a náhodu nyní nahrazuje efektivní digitální tržiště pro všechny, kteří prodávají talent, i ty, kteří si jej chtějí koupit.“

<http://www.toadsquare.com>

(tz)

inzerce

MAXIMUM OŘECHŮ

Nejvyšší kvalita je pro nás samozřejmostí

Rupa při výrobě tyčinek Maxi Nuta, Fly a Fly Premium nepoužívá žádné trans-mastné tuky, ani polevy, obsahující tyto škodlivé tuky. Rupa používá pouze jogurtové a kakaové polevy nejvyšší kvality, nebo pravou čokoládu.

Tel./fax: +420272 706 999
rupa@rupa.cz
www.rupa.cz

Nespolehlivost a lenost mě dokáží rozzuřit

Už dávno znám Jana Wiesnera jako člověka, který když může, pomůže. Nikdy se nesnažil dělat vědu z hloupostí, ale naopak řešit jednoduše, co se řešit mělo, naslouchat lidem a šířit optimismus. Výjimečně se mračí, raději se směje. Nevím, kde v sobě bere tolik energie na činorodost, kterou by mu mohl závidět leckterý student nebo vrcholový sportovec. Jeho houževnatost vyvěrá patrně z úkolů, které si před sebe neustále klade. Bez práce by se asi zbláznil. Baví ho žít, má stále pro co.

Síň slávy České manažerské asociace uvítala v dubnu u příležitosti 20. výročí soutěže Manažer roku několik dalších osobností. Byl mezi nimi i Jan Wiesner, ještě donedávna významný reprezentant výrobního družstevnictví u nás i v Evropě, muž, který zastává nejednu pozici, jejímž prostřednictvím se snaží prosazovat lepší podmínky k podnikání u nás. Dnes vystupuje jako šéf Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR a také působí jako viceprezident Hospodářské komory ČR a člen představenstva Svazu průmyslu a dopravy ČR. A jak jinak, za léta věnovaná družstevnictví je rovněž čestným předsedou SČMVD.

Kdysi jsme spolu psali první články o etice podnikání. Má smysl v tom pokračovat, když není dnes nikomu nic svaté?

No, skoro jsem zaváhal. Ale ano, má to smysl, je to naopak nutné. Morální kredit spousty lidí jde do háje, a tak tím spíš

Lidé se spolu musí setkávat, musí spolu mluvit, hledat společné zájmy. V době technických vymožeností je to snad důležitější než kdykoli jindy.

by se etika měla připomínat. Doba je neuvěřitelně složitá, zbytečně složitá, všichni jsme nějak znejistěli, občané a stejně tak firmy. Hospodářská kriminalita a korupce jsou na denním pořádku, není to

normální. Jednou ale zas musí nadejít doba, kdy bude platit slovo gentlemana a smlouvy se budou uzavírat i stiskem ruky a ústně. Co kdo řekne, za tím si bude stát. Ta divočina, v níž se ti poctiví dnes topí, nemůže už trvat dlouho, je to neúnosné. Musí přijít úcta k hodnotám, pravdě, dobrým příkladům.



Okamžik celospolečenského uznání



Trojice manažerů, která vešla letos do síně slávy ČMA: Rudolf Černý, Vladimír Feix a Jan Wiesner

Často se diskutují vztahy, kdo komu a co udělal, místo toho, aby se řešila podstata problémů, které nás trápí. Cestu z toho však musíme hledat sami a věřit, že najdeme.

Celou svoji profesní dráhu jste se snažil prosazovat zlepšení podnikatelského prostředí v naší zemi, i v dobách před Sametovou revolucí jste zaváděl do praxe demokratické principy družstevního podnikání. Co z toho vzešlo?

Snad pocit, že jsem vždy udělal, co bylo v mých silách. To platí stále. Ale ne vše se podařilo. Vedl jsem týmy, snažili jsme se pečlivě připomínkovat zákony, ať šlo o zásadní, či drobnější změny. Podpora podnikání je v ČR stále nízká a firmy to mají pořád velmi těžké. Zbytečně. Byrokracie je stále nadmíru, bere to čas i odhodlání. Místo toho, aby se firmy věnovaly shánění zakázek, mohly pružně nabírat zaměstnance, tak dělají podružnosti a zabývají se nesmyslnými záležitostmi.

Ale nerad bych opakoval, co všichni víme. Snažil jsem se prosazovat vstřícnější zaměstnávání zdravotně postižených, budování chráněných dílen. Usiloval jsem o to, aby družstevnictví mělo odpovídající váhu, aby se z něj čerpaly podněty, do života se zaváděly principy, které léta prověřila. Dala by se vyjmenovat řada příkladů.

Systematicky se snažíme za konfederaci vystupovat v tripartitě tak, aby vláda pochopila, co trápí podnikatele. Mám však pocit, že nás stále nebere vážně a že si pak rozhodne bez ohledu na připomínky. Na otázku, co z toho všeho snažení vzešlo, není jednoduchá odpověď. Stále doufám, že prostor pro to, aby se iniciativy konfederace zúročily, existuje. Firmám by pomohlo, kdyby některá ministerstva a úřady pořádně spolupracovaly. Chybí koordinace, ale to je stará písnička.

V jakém oboru byste podnikal s dnešními zkušenostmi?

To tedy netuším! Mnozí o mně ví, že bydlím v lese, na hájence a že mám k lesu ten nejlepší vztah. Možná by to bylo něco, co souvisí s lesnictvím, služby s tím spojené. Dřevařství, pila, cestovní ruch. Zejména cestovní ruch je třeba hodně rozvíjet, je mnoho zatím nevyužitých příležitostí. Předpokládám, že výroba se v ČR bude proměňovat v souvislosti s globalizací, zboží bude nadmíru. Služby čeká u nás ještě rozmach, a co bude potom, těžko předvídat.

Jaká lidská vlastnost vás dokáže rozzuřit?

Nespolehlivost a lenost. Taky škarohlídství. Nejhůř se dělá s lidmi, kteří všechno negují a jen vymýšlejí, proč co ne-

Léta se snažíme za konfederaci vystupovat v tripartitě tak, aby vláda pochopila, co trápí podnikatele. Mám však pocit, že nás stále nebere vážně a že si pak rozhodne bez ohledu na připomínky z praxe.

jde. Mám rád lidi pozitivní, kteří rádi přemýšlejí o tom, jak co zvládnout. Osobně mě vždy bavilo řešit takové věci, které jsou obtížné. Sám sobě jsem vždy chtěl dokázat, že se to zvládne, rád jsem dával dohromady kolektiv lidí, kteří přemýšlejí dopředu, jsou ambiciózní, odvážní. Mám totiž rád, když se věci hýbou kupředu. Naříkat, že to neumíme – to není nic pro mne.

Nezdá se vám, že se dnes lidé málo smějí?

Také bych řekl, je to tak. Jako by se všichni uzavírali do sebe více než v minulosti. Nekomunikují, nebaví se spolu, nedokáží si k sobě najít cestu. A nesmějí se.

Jenže vše se nedá probrat mailem, smskami. Osobní kontakt například v obchodním jednání je nenahraditelný. Schůzka, kde mezi jednáním při vhodné příležitosti padne vtip, jeden řekne to, druhý zareaguje – dobrá nálada a pohoda se nenahradí ani výborným obědem nebo parádně vychytanou



Gratulace kolegů hřeje u srdce

smlouvou. Lidé se spolu musí setkávat, musí spolu mluvit, hledat společné zájmy. V době technických vymožeností je to snad důležitější než kdykoli jindy.

Co dělá muže mužem? Slovo, nebo čin?

To jsou dnes otázky... Myslím, že slovo i čin. Všechno se nedá okecat a o skutečích se musí mluvit, aby byly vidět.

ptala se Eva Brixi

Největší konopné lázně ve střední Evropě budou ve Volarech

Česko bude mít od letošního srpna největší konopné lázně ve středoevropském regionu. Za jejich provozem bude stát tuzemská společnost Carun Pharmacy, výrobce populárních konopných výrobků značky Carun, mezi které patří například konopná masť s výtažkem z celých rostlin konopí. Péči bude společnost Carun Pharmacy zajišťovat v hotelu Bobík ve Volarech v jižních Čechách. Zahřívání bude nejen konopné procedury, ale i stravu na bázi konopí vhodnou zejména pro lidi trpící kožními problémy. Do budoucna tvůrci nevyklučují ani ucházení se o možnost provozu formou zdravotnického centra, které nabídne pacientům léčbu konopím, jež byla nedávno posvěcena prezidentem. Ve Volarech by se tak mohli léčit například nemocní s roztroušenou sklerózou, Alzheimerem či Parkinsonovou chorobou. Suterén hotelu nabídne skutečnou raritu hostům, obyvatelům města Volary i okolí. Vše s kompletním zázemím, jaké doposud jinde nefunguje. „Máme připravený rašelinový zábal s konopím. Na konopí bude zčásti založená i podávaná strava,“ prozradil o připravovaných konopných procedurách Jiří Stabla, majitel společnosti Carun Pharmacy a provozovatel webu Konopnyshop.cz, který bude pro hotel připravovat výrobky pro koupele, masáže a zábaly.



Jak Jiří Stabla upřesnil, ačkoli lze po České republice najít různé konopné lázně, spíše se jedná o doplňkový program k léčbě, který nenabízí sortiment služeb v takové šíři jako nově otevřené středisko ve Volarech. Navíc v lázních budou pracovat jen certifikovaní pracovníci, jenž budou mít za úkol šířit osvětu o konopí a jeho zdravotních účincích. „Naším cílem je vrátit prostředky z konopí zpět do běžného života. Léčba konopím pomáhá vyřešit řadu zdravotních problémů díky účinným cannabinoidům. Tyto látky se v přírodě vyskytují pouze v rostlinách konopí,“ uvedl hlavní důvody otevření Jiří Stabla s tím, že uvažuje o rozšíření využití pro účely léčby pacientů se závažnými onemocněními, jimž ku prospěchu vešla nedávno v platnost novela zákona o léčivech a návykových látkách legalizující konopí pro léčebné účely. „Samozřejmě, pokud nám nový projekt posvěti stát,“ doplnil Jiří Stabla.

Lázně tak přibudou na seznam úspěšných projektů Carun Pharmacy, mezi které patří vlastní Konopné lékárny v pražském Ob-



chodním centru Letňany, v Českých Budějovicích, v Litoměřicích či sezonní prodej na zámku Konopiště a přes e-shopy.

Podle starostky Marty Pospíšilové se jedná o ojedinělý projekt v rámci celé České republiky. „Nikdo od nás nebude chodit vysmátý. Ale věřím tomu, že všichni, kteří tyto lázně navštíví poznají, že konopí je opravdu léčivé, a tak se k nám budou vracet,“ řekla již dříve starostka Volar Martina Pospíšilová.

Ambiciózní projekt potěší zejména pacienty s kožními problémy. Konopný olej obohacený o extrakt z celých rostlin Cannabis Sativa s obsahem protizánětlivých cannabinoidů slouží jako účinná pomoc proti ekzémům, lupénce, kožní alergii, plísním a na veškeré bolesti pohybového aparátu, jako je poranění kloubů, šlach, svalů, zad či páteře.

Konopný olej a extrakt je významný v péči o pokožku, regeneruje i velmi suchou, citlivou a podrážděnou pleť. Olej zvyšuje obsah ceramidů v pokožce, a tím posiluje její přirozenou bariérovou funkci. Efektivně působí na hluboké vrásky, dokáže vypnout a omladit pleť. Je stále oblíbenější v profesionálních kosmetických salonech, a to díky rychlým ozdravným účinkům, kdy pleť vypadá jasnější, zdravější a mladistvější.

Vedle konopné kosmetiky a prostředků z léčivého konopí nabízí již dnes Carun Pharmacy potravinářské produkty značky Carun, do které patří konopné semínko a konopná masť – jediný zdravotnický prostředek v Česku doporučovaný při léčbě kožních potíží, jako jsou lupénka, akné, opruzeniny, opary, ale i na odřeniny, popáleniny, bodnutí hmyzem či odstranění běrcových vředů. Dále konopný olej a konopné mýdlo, nové konopný krém a intimní konopný gel.

(tz)

Zatím se lázně připravují...

ODLIŠTE SE OD KONKURENCE

webové stránky na klíč

loga a vizuální identita

aplikace pro chytré telefony či tablety

firemní brožury a produktové katalogy

design dalších grafických materiálů

internetový marketing



DESIGN4NET

Zdravé spaní je životní styl

Muže s postelí si spojují přece jen častěji než ženu. Muž je totiž od přírody tvor pohodlnější než jeho ženský protějšek, a také méně zodpovědný, takže když se mu chce prostě spát, tak si jde lehnout. Žena nikoli, ta tak učiní, až je to vskutku nezbytné. Nejsem zaujatá, věřte mi, ale trochu sarkasmu neuškodí, zejména když je na řadě téma matrace, lůžkoviny, spaní...

Avšak pozor – nejde o špičkování, ale o kvalitu a značku CZECH MADE. Znovu ji obhájila zavedená firma na českém trhu, a to KLINMAM CZECH spol. s r.o. Její produktové manažerky Věry Šůrkové jsem se zeptala:

Značka Klinmam má na našem trhu významné postavení – známe ji jako symbol kvality pro zdravé spaní. Co však vlastně zdravé spaní je?

Spánek obecně ovlivňuje vaši náladu, energii, vitalitu a produktivitu napříč celým dnem, proto je tolik důležitá hlavně jeho kvalita. V tom všem hraje důležitou roli vhodná matrace, kvalitní lůžkovina, ale také naše návyky... Můžete se ráno probouzet svěží, odpočatí a s úsměvem, a přitom vás to na rozdíl od dříví v posilovně nebo držení diety, které také děláte pro své zdraví, nestojí víc námahy než jít si lehnout „o něco dřív“ a zamyslet se nad tím, kde spíte a jak. Tohle ale moc lidí bohužel nedělá... Dalo by se říct, že zdravé spaní je životní styl.

Příkrývky, polštáře, matrace – to je váš stěžejní sortiment. Předkládáte jej v několika řadách – která je nejžádanější?

I v případě lůžkovin a matrací je potřeba jít s dobou a neustále nabízet inovativní produkty. Ze sortimentu lůžkovin se jedná především o luxusní kolekci Wellness, která již svým názvem evokuje spaní ve smyslu zdravého životního stylu se širokým portfoliem produktů, ze kterého si vybere tu správnou lůžkovinu opravdu každý zákazník. Pro matrace tuto cestu vidíme v naší kolekci s využitím BIO pěn a materiálů na bázi přírodních surovin, která je velice oblíbená...

Obhájili jste značku CZECH MADE. K čemu vám poslouží?

Značku CZECH MADE ocení především naši zákazníci. Pro nás je hlavně důkazem toho, že neustále odvádíme dobrou, kvalitní práci a neusnuli jsme na vavřínech...

Zkoumali jste někdy, zda se liší požadavky na pohodlné spaní mužů a žen? Spí muž jinak než žena? Doporučujete jiné matrace mužům než něžné polovině lidstva? Řekla bych, že v posteli prožije muž určitě delší dobu než žena, která si to z mnoha důvodů prostě nemůže dovolit... Takže?

Samozřejmě, spánek mužů a žen se liší a je potřeba to zohlednit. Nejde ani tak o samotný mechanismus spánku, ale o rozdíly v tělesné konstituci a požadavcích na parametry, které přispívají k celkové pohodě spánku. Ženy obecně preferují měkčí matrace a mají rády hřejivější lůžkoviny. Parametrů je ale mnoho a každý člověk je navíc individuální a k jako takovému je nutné k němu při výběru lůžkovin a matrací přistupovat.



Daleko větší požadavky jsou dnes kladeny na hygienu spaní – zákazník se na-



Místo, kde odborníci přemýšlejí, jak se vám bude spát

učil příkrývky i polštáře stejně tak jako potah matrací prát a rovněž častěji měnit. Ty tam jsou doby, kdy se peřiny dělaly z generace na generaci... Co doporučujete pro ty, kteří si rádi nechají poradit? Po jaké době prát a měnit – vyhodit?

Snímatelný potah matrace a lůžkoviny pratelné při vyšších teplotách jsou dnes už standardem. Potah matrace se doporučuje prát alespoň 1x do roka, jeho životnost je ale limitována spíše životností jádra matrace. Matraci se doporučuje měnit každých 5–10 let, samozřejmě v závislosti na kvalitě použitých materiálů. Při výměně matrace by však měl být kladen důraz na ortopedické vlastnosti, ne na míru opotřebení.

U lůžkovin se výměna doporučuje dle stupně opotřebení. Materiály jsou vybírány tak, aby splňovaly co nejvyšší požadavky na kvalitu a životnost, nicméně také lůžkoviny je potřeba měnit přibližně po 5–7 letech.

Dobré a kvalitní spaní či pobyt na lůžku je vlastně docela věda – postavená na inovacích materiálů, uplatňování nových technologií či objevech zdravotníků a propagátorů zdravého životního stylu. Na jakém principu je postavena vaše nejžhavější novinka?

Nejžhavější novinky budou našim zákazníkům představeny v průběhu letošního roku, před nadcházející sezonou. V současnosti pro ně připravujeme exkluzivní a jedinečné výrobky z unikátních materiálů, jak z oblasti lůžkovin, tak matrací, které splní požadavky i nejnáročnějších zákazníků. Nechte se překvapit...

Jak a na čem spát, aby nás nebolela záda?

Doporučuji vybírat z matrací z tzv. líné nebo paměťové pěny, která má výborné ortopedické vlastnosti. Reaguje na teplotu vašeho těla a dokonale se mu přizpůsobí, přitom nevytváří protitlak, ale poskytuje v místech, kde je potřeba, dostatečnou oporu. Páteř je tak během noci v přirozené poloze a nedochází k jejím deformacím, které jsou příčinou bolestí zad.

Je dobré dbát také na hygienu a zajistit dostatečné provzdušnění matrace a celého lůžka. V kombinaci s lůžkovinou pak vytvořit vhodné mikro-klima, které je dalším z důležitých faktorů pro klidný a zdravý spánek.

ptala se Eva Brixí



Nemám rád rutinu a stereotyp

Spotřebitelský úvěr, platební karta – celkem běžné v našem přístupu k životnímu komfortu, součást životního stylu. Potřebujeme perfektní službu, vstřícnost, rychlý servis. CETELEM ČR to umí. Jenže za tím vším se skrývá mnoho specialistů, činností, jedno velké zázemí, které má za úkol jedině: abychom byli spokojeni. Jeho jedna část se nazývá Správa operations a procesů a šéfuje tu Milan Bušek:

V posledních několika letech se nepracuje ani nedělá a koná, ale procesuje. Nemyslím to ve zlém, ale název vašeho oddělení mi trochu nahrál. Je fakt, že se firmy a často už ani domácnosti neobejdou bez přísného řádu, diverzifikace a specializace. Nedá se to zastavit. Co je tedy vlastně úkolem Správy operations a procesů v CETELEMU ČR?

Hlavním úkolem je zajistit, aby operace (procesy, pracovní postupy) uvnitř společnosti byly nastaveny co možná nejefektivněji, optimálně a s co možná nejnižšími náklady. Tato snaha je ale vyvažována starostí o kvalitu poskytovaných služeb. To znamená, že nehledíme pouze na jednu stranu, ale vždy posuzujeme efektivitu a kvalitu.

Jde tedy o to, aby různé pracovní postupy probíhaly co nejúčinněji, jinými slovy za málo peněz hodně muziky? Můžete uvést příklad? Dokážete nějakým systémovým rozhodnutím šetřit také čas zaměstnanců? Nebo ovlivnit určitý proces potřebný k tomu, aby se zkrátilo rozhodování o tom, zda žadatel o úvěr peníze získá, či nikoli?

Věnujeme se jak procesům, které se týkají klientů, tak i procesům vnitřním. Ve výsledku spolu tyto dvě oblasti úzce souvisejí. Čím efektivněji mohou pracovat naši zaměstnanci, tím rychleji pak můžeme poskytnout servis našim klientům.

Pro optimalizaci a zlepšování procesů využíváme v zásadě dvě cesty. Tou první je vývoj nových ICT (informačních a komunikačních) řešení a nástrojů, kterými procesy automatizujeme. Pěkným příkladem takové automatizace je aplikace pro schvalování úvěrů. Podařilo se nám do ní integrovat prakticky veškeré informace, které jsou k přijetí rozhodnutí potřeba. Zároveň jsme odbourali nutnost mít podklady pro rozhodnutí

v papírové podobě. Výsledek, jak už jsem napsal, je ku prospěchu jak našim zaměstnancům, kteří se mohou rozhodnout rychleji a přesněji, tak klientům.

Druhá cesta pro zlepšování procesů vychází z takzvaného přístupu LEAN. Jde o každodenní snahu o zlepšování procesů. Zde hrají roli i maličkosti. Právě v tomto přístupu se klade velký důraz hlavně na aktivitu zaměstnanců, kteří jednotlivé procesy přímo vykonávají a kteří se dokážou zamyslet nad tím, proč se která činnost dělá a zda není možné ji udělat jinak a lépe, nebo ji případně i vynechat.

S tím souvisí kvalita služeb pro zákazníky. Těm jsou procesy „ukradené“, potřebují si půjčit a splácet za co nejnvýhodnějších podmínek...

Ve velmi zjednodušeném světě to je pravda. Ve skutečnosti je ale nutné zajistit v naší společnosti spoustu úkonů, aby vše fungovalo, jak má. A to samozřejmě znamená pro zákazníka náklady navíc. Takže i z jeho pohledu je efektivita našich



Milan Bušek

procesů zásadní, protože se nakonec promítne do konečné ceny produktu.

Často se hovoří o tom, že klienti, kteří mají problémy se splácením, nechtějí s poskytovatelem úvěru komunikovat, protože mají pocit, že tím své problémy vyřeší. Myslíte si, že se chování lidí do budoucna změní?

V rámci správy a vymáhání našich pohledávek komunikujeme s klienty velmi intenzivně, pokud je problém, snažíme se najít řešení. Z této zkušenosti vím, že většina klientů s námi komunikuje bez problémů. Přispívá k tomu i osvěta pro oblast správy vlastních financí, o kterou se snažíme nejen my, ale i řada dalších finančních institucí, a významně k ní přispívají také média. Menšina, která ale komunikovat odmítá, bude bohužel vždy.

Jak velkou roli hraje vaše oddělení v souvislosti s narůstajícím objemem nově poskytnutých úvěrů? Pokud vím, letos půjčil Cetelem v prvním čtvrtletí 2,5 miliardy korun, což je meziročně téměř o desetinu více.

Skutečně se nám podařilo jít v poslední době tak trochu proti proudu, a i když trh stagnuje, tak naše společnost rostla. Zároveň jsme ale i při zmiňovaném nárůstu dokázali „zmrazit“ růst nákladů. A to je právě výsledek, na kterém se Operations

Čím efektivněji mohou pracovat naši zaměstnanci, tím rychleji pak můžeme poskytnout servis našim klientům.

podílí – zajistit, že náklady společnosti rostou méně než naše výnosy. Tím se pak zvyšuje například konkurenceschopnost naší společnosti.

Kolik vás v oddělení je? A jsou to jen muži?

Celá Správa operations a provozu je v rámci naší společnosti poměrně velká. Kromě již zmíněného procesního řízení obsahuje i další oddělení – statistiku, logistiku, nákupy, projekty a i provozní oddělení, kde se schvalují úvěry, a celé vymáhání našich pohledávek. Celkově ji tvoří kolem 160 lidí. Ženy mírně převažují.

Je to náhoda, nebo mají ženy „specifické“ dovednosti pro určité pozice?

To je dáno hlavně typem práce, kdy s klienty komunikujeme převážně telefonicky, a to je v klasickém vnímání spíše „ženská“ práce. Musím ale doplnit, že i na analytických, procesních a projektových pozicích jsou ženy výborné. Vyzdvihl bych zejména jejich schopnost zaměřit se na detail, pečlivost a dotahování věcí do konce. Tyto vlastnosti naopak nejsou mou silnou stránkou, proto si žen u nás nesmírně cením.

Zasahujete do služeb call centra?

Pouze nepřímo přes ukazatele výkonnosti a kvality, které pravidelně s manažerem call centra vyhodnocujeme.

Co vás na vaší práci baví?

Zavádění nových řešení, zlepšování těch zaběhnutých, a hlavně

práce a komunikace s lidmi ve firmě – to je to, co mě naplňuje. Nemám rád rutinu a stereotyp.

Ovlivňuje to všechno i váš soukromý život? Má na mysli, zda se procesování dostává i do rodinné organizace a osobních aktivit...

Spíše plánování než procesování. Rád plánuji rodinné aktivity a vyhledávám nové věci a zážitky, kterými pak své blízké rád překvapuji. Například jsme s kamarádem společně zorganizovali lezení na skálu. Dětem se to moc líbilo a my z toho měli radost.

Už dávno a dávno známe rčení o tom, že čas jsou peníze. Jak je vnímáte?

Přiklonil bych se spíše k rčení, že „Není čas ztrácet čas“. Času je obecně v dnešní době málo, a proto je nutné ho aktivně využívat, a to jak v práci, tak v osobním životě. A peníze jsou prostředkem, který může aktivní trávení volného času zpříjemnit.

Půjčil jste si sám již od Cetelemu?

Služeb CETELEMu využívám poměrně pravidelně. Nyní hlavně naši kreditní kartu, která umožňuje i bezkontaktní platby. Musím říct, že tato funkcionalita výrazně zpřijemňuje nákupy. Výborná je také naše Virtuální karta Cetelem určená pro platby na internetu, kterou využívám k veškerým nákupům zboží i služeb z e-shopů.

za rozhovor poděkovala Eva Brixí

Evropan volí alternativní způsob spotřeby

Evropský spotřebitel funguje již několik let v „krizovém režimu“. Nemá na vybranou, protože se již pátým rokem potýká s důsledky krize. Při konfrontaci s těmito tlaky se evropský spotřebitel neuchýlil do pasivity. Svým chováním naopak dokazuje, že je velmi přizpůsobivý. Zvažuje, kolik a za co bude utrácet, a rovněž neváhá omezit výdaje, které nepovažuje za nezbytně nutné. Neustále pátrá po nejvýhodnějších koupích a před konečným rozhodnutím pečlivě porovnává ceny a nabídky. S nákupy vyčkává pokud možno na akční příležitosti a slevy. Tyto možnosti Evropané využívají již na 100 %, avšak krize stále trvá, a tak vyhledávají alternativní způsoby spotřeby. Barometr Cetelem 2013 dospěl k závěru, že toto poměrně nové chování spotřebitelů bude v příštích letech nabývat na významu. Evropané budou utrácet jen velmi opatrně. Pouze 34 % z nich hodlá zvýšit své nákupní výdaje oproti 54 % v roce 2012. Ale podíl Čechů, kteří miní zvýšit spotřebu, se pohybuje nad evropským průměrem (39 %). Více než Češi plánují utrácet Slováci (73 %) a Rumuni (64 %). Naopak západní Evropa se do plánů na utrácení tolik nehrne. Evropané chtějí nejčastěji své finance investovat do dovolené, domácích spotřebičů, stavebních úprav a rekonstrukcí a nábytku.

Podíl respondentů, kteří mají v úmyslu spořit, je i nadále velmi vysoký: 40 % Evropanů hodlá v roce 2013 zvýšit míru svých úspor oproti 31 % v loňském roce (37 % Čechů). Výjimkou jsou Španělé a Portugalci, kteří shodně tvrdí, že si za současnou krizi nemohou dovolit luxus – dávat peníze stranou.

Na 71 % Evropanů (82 % Čechů) tvrdí, že nemohou utrácet tolik, kolik by si přáli. Politika rozpočtových škrtů bude mít ve většině evropských zemí negativní dopad na kupní sílu spotřebitelů. Již se rozhodli, za co budou utrácet, snaží se nakupovat co nejlevněji (82 % Evropanů vyhledává systematicky nejnižší ceny, 92 % Čechů) a výjimkou není ani to, že některé nákupy prostě neuskuteční.

Spotřebitelé v Evropě se nyní snaží dlouhodobou krizi a napjatý domácí rozpočet vyřešit tím, že volí nové, alternativní způsoby spotřeby.

V rozvoji alternativního spotřebitelského chování hrají klíčovou úlohu digitální technologie. Internet umožňuje přímou komunikaci mezi spotřebiteli: 26 % Evropanů

BUDETE V PŘÍŠTÍCH LETECH KUPOVAT KVALITNÍ VÝROBKY I ZA CENU TOHO, ŽE BUDETE NAKUPOVAT MĚNĚ ZBOŽÍ?

(procento odpovědí „Určitě ano“ a „Spíše ano“)

Zdroj: Barometr Cetelem 2013



(27 % Čechů) se domnívá, že názory zjištěné na sociálních sítích budou mít na jejich nákupní rozhodování mnohem větší vliv než rady prodávačů (11 % Evropanů, 4 % Čechů) nebo reklamy jednotlivých značek (8 % Evropanů, 7 % Čechů). Rady prodávačů Češi prakticky nezajímají. Žádná ze sledovaných zemí nevykázala tak nízké procento zájmu o rady prodávačů. Nákupy přes internet v příštích letech vzroste díky novým technologiím, které umožňují nakupování pomocí mobilní techniky: 33 % respondentů (30 % Čechů) je toho názoru, že v příštích letech budou nejčastěji nakupovat prostřednictvím chytrých mobilních telefonů nebo tabletů.

Kolem 52 % Evropanů uvádí, že nechce zbytečně platit, pokud to není nezbytně nutné. Sdílení, výměna zboží a služeb, směnný obchod, zboží z bazaru atd. nabraly druhý dech. Díky těmto možnostem spotřebitelé ušetří nemalé finanční prostředky a budou mít zároveň pocit, že chrání životní prostředí a brání zbytečnému plýtvání. Asi 61 % respondentů v čele s Rumuny (81 %) a Maďary (73 %, Čechů 59 %) je ochotno nakupovat méně zboží, které však bude kvalitní.

Nákup použitého zboží je ideální alternativou, pokud není možné zboží získat výměnou. Použité zboží již nakupuje 59 % Evropanů (61 % Čechů) a 68 % respondentů (65 % Čechů) shodně tvrdí, že je v příštích letech bude nakupovat ve větší nebo přinejmenším stejné míře. Na 75 % z nich (71 % Čechů) rovněž uvádí, že nabídne k prodeji nepotřebné zboží. Nakupování v bazarech má přitom více příznivců v zemích západní Evropy (82 %) než v zemích východní Evropy (61 %), kde je tento způsob nakupování intenzivněji vnímán jako forma chudoby. Spotřebitelé se navíc budou čím dál více snažit využívat jako prodejní místo sociální sítě.

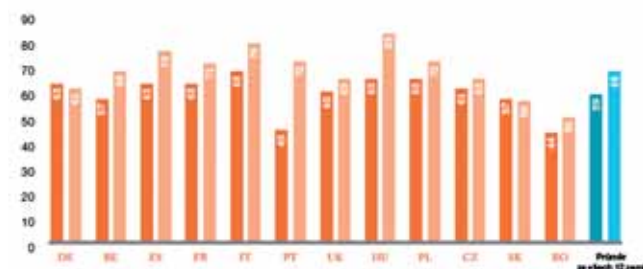
Evropané budou rovněž volit stále častěji alternativní přístup i při nákupu nového zboží. 61 % z nich (63 % Čechů) tvrdí, že budou v budoucnosti častěji nakupovat na portálech skupinových nákupů, aby ušetřili.

(tz)

PLÁNUJETE V NEJBLIŽÍCH LETECH NÁKUP POUŽITÉHO ZBOŽÍ (NA WEBOVÝCH PORTÁLECH, V BAZARECH, V SECOND HANDECH)?

(v procentech)

Zdroj: Barometr Cetelem 2013



Do síně slávy s dekorem cibuláku

Když jsem nedávno již poněkoliťatě za uplynulé roky procházela výrobními prostory v Českém porcelánu v Dubí, opět jsem si pokládala tu samou otázku: jato to generální ředitel Ing. Vladimír Feix dělá, že mu vše klape jak hodinky? Odpověď nacházím vždy jedinou: tajemství úspěchu tkví v jeho vnitřní disciplíně, v pochopení a uplatňování principu jasné organizace práce, v jejím vylepšování. S tím je spojena neobvyklá houževnatost i osobitost v pohledu na věc. Zájem o všechno možné, co se v jeho oboru oděje, umění počítat i bez kalkulačky a logické uvažování. S tím se však snoubí i nevídaná odvaha posouvat nápady ostatních i své vlastní do výroby, přivolávání inspirace z nebe i dialogy s výtvarníky, s nimiž porcelánka spolupracuje.

Předseda představenstva a generální ředitel v jednom Ing. Vladimír Feix dal rozvoji podniku vše, co kdy mohl – čas, energii, radost, osobní příklad, rozvážnost, nadšení, smysl pro originalitu, úsilí být vidět na domácím i zahraničním trhu. Nikdy přitom nezapomínal na rodinu, zaměstnance, ani na dobré skutky. A tak je tomu dosud. Ví, že má na zahradě hortenzii, mátu a meduňku, že si s chutí vypije bylinkový čaj i kávu ze svého vlastního hrnku, který navrhnul i pojmenoval. Je skvělý vizionář i snilek, který představy s neobyčejnou vehemencí uvádí do života.

Ve firmě působí už 66. rokem. Letos v dubnu vstoupil společně s dalšími dvěma vynikajícími manažery do síně slávy České manažerské asociace u příležitosti 20. ročníku Manažera roku. Dostalo se mu ocenění jako málokterému člověku v této zemi – za přínos k rozvoji manažerských dovedností a za výsledky, jichž díky jeho nasazení Český porcelán dosahuje. Když jsem pozorovala ruce malířky cibuláku, stejně tak jako když jsem se dívala na regály plné hliněných polotovárů, viděla jsem za tím vším tvář Vladimíra Feixe, která se léty nemění. Přísny i laskavý pohled muže, jemuž čas vepsal do rodného listu poznámku: v létě mi bude 81 let. Stále aktivní, stále v plném bojovém nasazení. Se svými zaměstnanci, se svými

hrnečky, talíři i dýmkami, se svými myšlenkami o tom, že ruční výroba a její know-how představují kousek národního kulturního bohatství.

Považte: Objem hrubé výroby za rok 2012 vzrostl oproti předchozímu roku o 6 % na 46,400 milionu korun. Objem tržeb se ve stejném období zvýšil o 4 % na 146,718 milionu korun.

Před pěti lety společnost nastoupila náročnou cestu samofinancování. „Tajemství mého a našeho úspěchu při již pětiletém samofinancování je sta-

tistika. A pro účelnou a vypovídající schopnost statistiky je nezbytné ji zásobovat správnými, včasnými a přesnými podklady. K tomu nám slouží přesná evidence veškeré výrobní a prodejní činnosti, množství produkovaného odpadu, a zejména denní sledování cash flow,“ vysvětlil Ing. Vladimír Feix, generální ředitel společnosti.

V roce 2009 společnost učinila zcela ojedinělé protikrizové opatření, díky němuž se jí daří krizové i následně nejednoduché období úspěšně překonávat; se svými zaměstnanci, respektive s odborovou organizací uzavřela dohodu, že v případě nedostatečného množství zakázek zaměstnanci, včetně generálního ředitele, zůstávají doma bez nároku na 60 % průměrné mzdy. Jakmile dojde k obnovení výroby, všichni si



Na pražském Žofíně to bylo 25. dubna 2013 hodně slavnostní – Ing. Vladimír Feix se zařadil mezi manažerskou špičku a vešel do pomyslné síně slávy ČMA (na fotografii uprostřed)

prostoje ve výrobě napracují bez nároku na přesčasový příplatek. „Tuto dohodu praktikujeme již třetí rok a vždy se podařilo výluky v plném rozsahu napracovat,“ uvedl Ing. Vladimír Feix. Společnost Český porcelán, a. s., Dubí má 274 zaměstnanců, z nichž 80 % tvoří ženy. Většina kvalifikovaných zaměstnanců je vyučena ve vlastním učilišti.

Přibližně 60 % výroby je určeno na export. Společnost vyváží do Německa, Japonska, Jižní Koreje, Ruska a dalších zemí. Největším odbytištěm bílého porcelánu je Německo, o porcelán s cibulovým dekorem řady Eco Praha, Praha Blue a Bohemia Blue je největší zájem v Japonsku a Jižní Koreji, přičemž na japonském trhu je rovněž velmi oblíbená souprava Bohemia Cobalt. Zákazníci v Rusku naopak preferují bílé výrobky dekorované a doplněné zlatem.

Tradiční český porcelán s modrou krví značky Dubí letos slaví 100 let nepřetržitého užívání původní tovární značky v České republice.



Ing. Vladimír Feix



Uplyne sto let od doby, kdy byla v roce 1913 značka Dubí zaregistrována jako oficiální obchodní název, přičemž tradice výroby porcelánu v Dubí sahá do roku 1864. Společně s Royal Dux v Duchcově jsou to dvě nejstarší české porcelánky, jejichž výrobky nesou originální tovární značku dodnes.

Český porcelán, a. s., je nositelem českého ocenění Rodinné stříbro, společnost se několikrát umístila v žebříčku 100 nejlepších a 100 neobdivovanějších českých firem a 3x získala mezinárodní ocenění Golden Trophy for quality. Úspěch sklízí i samotné soupravy, například jídelní souprava Bohemia podle návrhu profesora Jiřího Pelcla získala v roce 2006 ocenění jako vynikající českých výrobek, o rok později jí udělil ministr průmyslu a obchodu Korejské republiky cenu za



nadčasový design a v hotelovém provedení získala ocenění Exponát Horeca na veletrhu pro hotelnictví a gastronomii v roce 2005 v Praze.

Na inovaci sortimentu společnost pravidelně spolupracuje s řadou renomovaných umělců a designérů. Za nejmladší generaci jmenujme Mgr. art Petra Koreckého, který za „Čajový set do tmy“ získal ocenění Vynikající studentský design 2005 v soutěži Národní cena za studentský design. Mgr. art Lenka Maliská, autorka Soupravy Trio, ak. arch. Jiří Pelcl, který je autorem porcelánových souborů Bohemia White a Bohemia Blue, Triplex. Dále pak ak. soch. Miroslav Oliva, autor několika snídanových hrnků, Emma Srncová, Alena Burešová, Jan Pacák, Jiří Kožíšek, Zdeněk Hošek a další.

Eva Brixí

Klíč k modré fantazii

Již v 18. století se ke zdobení hrnků a talířů začaly v Evropě používat orientální vzory. Oblíbili si je zejména obyvatelé Saska, kteří však motiv granátového jablčka mylně považovali za cibulku, odtud tedy název Zweibelmuster.

Cibulový vzor, tak jak jej známe z porcelánu společnosti Český porcelán, vychází ze znázornění a spojení stylizovaných rostlinných motivů vycházející z východoasijské filozofie, avšak přizpůsobený evropskému stylu. Motiv vytvořil v roce 1729 Johan Kretschmar, který byl v té době jedním ze skupiny výtvarníků evropské porcelánky v Míšni.

Od počátku výroby se porcelán s cibulovým dekorem vyrábí tzv. podglazurovou technologií, a tak i po vpádu myček na nádobí a mikrovlnných trub může být nadále používán v našich domácnostech. Porcelánka v Dubí je jedním ze čtyř světových výrobců, kteří tuto technologii používají.

Pravá strana středového motivu

Z kořene vyrůstají větvičky chryzantémy s velkým rozkvetlým květem, pod kterým se nachází ještě malý uzavřený květ této rostliny. Některým historikům připomíná květ lotosu či astry, symboliku času z původních asijských předloh.

Střední část základního motivu

Základnímu motivu dominuje dvojitý ostře zoubkovaný list. Tento list a nad ním umístěný květ je obecně vykládán jako pivoňkový květ, který symbolizuje bohatství, vznešenost a vzrůst.



Obruba mezi středovým motivem (Schakiako) a plody na prapuru (okraj) talířů

Mezi středovým motivem a motivem na prapuru talířů se nachází další část cibulového dekoru zvaná bordura či kytičkový lem. Ta znázorňuje pronocí popínavou rostlinu přerušenu na čtyřech místech lotosovým květem.

Levá strana středového motivu

Z kořene vyrůstá hrubá bambusová větev, která je ovinuta kvetoucí popínavou rostlinou znázorňující svlačec či liánu s květy, které sice nelze botanicky identifikovat, ale symbolicky znamenají družnost.

Na prapuru se nachází požehnaný plod

Podle čínských předloh má tvar plodu a spojení s výhonky stromu téměř bez stopky botanický markant se zjevnými znaky broskve. Tento dekorační prvek symbolizuje nesmrtelnost nebo alespoň dlouhý život.

Na prapuru je i druhý požehnaný plod

Tento plod je dlouhodobě používaný jako keramický dekorační prvek a znázorňuje velmi stylizované granátové jablko. Je symbolem plodnosti a hojnosti zdravých dětí. (tz)



Udržitelnost – patrně jediná cesta

„Při budování podniku nás hnala touha tvořit, poskytovat stále většímu množství lidí účast na výhodách, které náš závod jak dělnictvu, tak spotřebiteli, umožňoval. Jen tím zůstanete nepřemožitelní. Jakmile budete myslet jen na sebe, jakmile přestanete sloužit svým závodem všeobecnému dobru, stanete se zbytečnými a padnete neodvratně.“

Prof. Milan Zelený, Cesty k úspěchu, str. 24, vydalo v roce 2005 Nakladatelství ČINTÁMANI

Cítát je z knihy, která mi několik let „leží“ na nočním stolku. Čas od času v ní zalistuji, přečtu si pár pravd, jimž věřím, a s otázkou, proč se osvědčenými myšlenkami podnikatelských velikanů, Jana Bati a Tomáše Bati, neřídíme, upadám do divokých snů.



Milan Zelený a Dana Odehnalová doladují poslední detaily významného večera

Na tuto publikaci, kterou jsem dostala v roce 2005 při jejím křtu v Praze podepsanou Tomášem Baťou, jsem si vzpomněla, když jsem jela 24. dubna do Brna na setkání chytrých lidí, jež se uskutečnilo na půdě Brněnského manažerského klubu.

Vystupoval tam totiž autor uvedené publikace, prof. Milan Zelený, ikona světové ekonomiky. Přijal pozvání MVDr. Dany Odehnalové, MBA, která loni klub založila a postupně jeho členské základně nabízí diskuzi s významnými osobnostmi businessu. Sama je ředitelkou firmy ResVinia.

Milan Zelený hovořil o tom, že světové hospodářství čeká nová transformace, od globalizace k relokalizaci obdobně tak, jak to dělali Baťové: Myslí globálně, jedne lokálně. Zdůraznil, že transformací je potřeba pochopit, přizpůsobit se jí a plně využít nových pří-



Udržitelnost – velké téma, které spojuje známé osobnosti Milana Zeleného, Karla Raise, Danu Odehnalovou a Růženu Petříkovou



Milan Zelený, ikona odpoledního slavnostního ustavení pracovní skupiny CBCSD Udržitelné vzdělávání i večera plného diskuzí nad vývojem světové i české ekonomiky



Ivo Gajdoš a Peter J. Kalaš jsou ti, kteří stáli u zrodu nové iniciativy České manažerské asociace – založení české pobočky Světové podnikatelské rady pro udržitelný rozvoj; v dubnu se v Brně na půdě Brněnského manažerského klubu podepsala dohoda o zřízení pracovní skupiny CBCSD Udržitelné vzdělávání v rámci české pobočky



Dana Odehnalová seznamuje hosty s tím, jak vznikl Brněnský manažerský klub a jaké je jeho poslání



Milan Zelený ve spolupráci se studentkou Kateřinou Odehnalovou, která nechyběla na žádném jednání Klubu, těsně před zahájením přednášky o vývoji světa

ležitostí, což v Evropské unii nedělá nikdo. Základní hodnotou do budoucna by měla být dlouhodobá udržitelnost. A to na základě znalostí, které podpoří tvořivost a pozitivní jednání. Milan Zelený uvedl, že jej mnozí považují za pesimistu, ale to nic nemění na jeho pohledu na vývoj světové ekonomiky. Ten straní názoru, že pesimismus ani optimismus do ekonomiky nepatří, naopak zdravý selkový rozum ano.

Vysvětlil, jak nahlíží na budoucnost globálního hospodářství, v čem spatřuje největší otazník.

Světová ekonomika prochází etapou, kterou jsme v minulosti nezažili, o to více se například i podnikání musí pružně přizpůsobovat dynamicky se měnícím podmínkám svou vlastní vynalézavostí, a to zatím příliš firmy nedokáží. Za podstatné považuje Milan Zelený schopnost vytvářet, jinými slovy být schopen se měnit, přijímat originální řešení, dívat se na děje a věci jinak než podle dogmat, která jsme se kdysi naučili. Ne zbytečně a stále opakovat to-



Představitelka významných genderových aktivit Olga Girstlová v rozhovoru s Davidem Odehnalem, jedním z organizátorů setkání členů a hostů Brněnského manažerského klubu

též přesto, že víme, že „tak to nefunguje“.

Největší potíž je v tom, že jsme obecně velmi tvrhovlaví a světovému vývoji nutíme staré principy, na kterých však stavět nelze. Odmítáme se na běh událostí dívat s nadhledem a bořit mýty, odmítáme se učit a těžit z nových znalostí, odmítáme zavádět neobvyklé přístupy, řešení, protože je to pohodlnější. Málo uplatňujeme pohled v souvislostech a neradíme se díváme do budoucnosti. Systémy vyspělých ekonomik zkouší oklamat neodvratitelný běh ve vývoji lidstva různými ekonomickými záplatami, něčím, co je vyzkoušené, ale odmítají pravdu, tedy to, že staré na novém funkční nebude.



Růžena Petříková jako vždy se zaujetím o našem školství i o tom, co mu chybí, v diskuzi s Danou Odehnalovou

Důraz klade Milan Zelený na sebeudržitelnost, přemýšlení a konání v dimenzích budoucnosti, odhadu jejího vývoje. Stejně tak upozorňuje, že je potřebné „nakládat“ se čtveřicí kapitálů (přírodní, výrobní, lidský a společenský). Je nutné brát v úvahu všechny čtyři a navzájem s nimi pracovat, úspěch není jen o vydělávání peněz. Je také nutné vědět, že zánik, rozpad je součástí života, a že tedy je nesmyslné lpět na tom, co přestává fungovat. Je na místě počítat s tím, že podniky a instituce musí umírat.

Krise se dnes týká nejvíce vyvinutých zemí – Japonska, USA, západní Evropy. Krize je nemoc vyvinutých regionů, a to něco signalizuje, je to nápoředa změny. Stoupá produktivita práce a vzniká zatím neřešitelné dilema – co s rostoucí nezaměstnaností, neboť státy nemají prostředky na jejich podporu lidí bez práce, která se rektuje z vybraných daní. Otázkou je, co udělat, co napomůže, aby lidé našli práci. Nastává situace, kterou lidstvo zatím nezažilo.

S diskuzí na téma budoucnosti harmonovalo i jednání české pobočky World Business Council for Sustainable Development – Světové podnikatelské rady pro udržitelný rozvoj. V jejím rámci byla 24. dubna v Brně založena pracovní skupina CBCSD Udržitelné vzdělávání jako první z uvažovaných 11 skupin, a to pod taktovkou výkonného ředitele CBCSD Ing. Ivo Gajdoše a viceprezidenta CBCSD Ing. Petera J. Kalaše.

Do činnosti pracovní skupiny se zapojili prof. Milan Zelený, který přednáší na několika světových univerzitách a také na Univerzitě Tomáše Bati ve Zlíně, prof. Růžena Petříková, ředitelka DTO CZ v Ostravě, prof. Karel Rais, rektor Vysokého učení technického v Brně, a řada dalších kapacit.

**Eva Brixí
foto Kamil Varcoller**



A jedna vzpomínková fotka na památku...

Umění, které vchází do našich dnů

Umění vždy dokázalo nadzvednout ze židle – zejména šosáky, upachtěné konzervativce a závistivce. Více lidí však nadchlo, povzbudilo, přeneslo do jiného prostoru i času, povzneslo. Umění má totiž mnoho významů pro život člověka: burcovat, pobuřovat, rozesmát i rozplakat, nutit k přemýšlení, učit vnímat krásu v neobvyklosti, promítat názor na věc, událost, období. Zkrátka jeho doménou jsou emoce. Čím dál častěji se diskutuje o tom, zda a jak právě umění, emoce do businessu patří, či ne.

Osobně bych řekla, že jsou to kategorie, které spolu úzce souvisejí, protože výsledky businessu slouží člověku a člověk s emocemi na svět přišel.

Ať už je to jakkoli, bylo příjemné, když se zjara setkala v Praze na půdě historické budovy České spořitelny v Rytířské ulici špička managementu dvou velkých společností: České spořitelny, a.s., a Kooperativy pojišťovny, a.s., Vienna Insurance Group v zastoupení Pavla Kysilky, předsedy představenstva a generálního ředitele a Martina Diviše, předsedy představenstva a generálního ředitele. Přítomni byli také hosté z rakouských mateřských společností a řada novinářů. Záměrem bylo nejen oficiální otevření výstavy obrazů českých autorů – mistrů velikánů ze sbírky Kooperativy, ale také úvahy nad tím, jaké místo dnes umění v životě lidí zaujímá. Hovořilo se nejen o významu umění v rovině sběratelské a výstavní, ale zejména o tom, že soukromá sbírka uměleckých děl a předmětů patřící Kooperativě náleží k pokladům sběratelského úsilí nejen u nás, ale i v Evropě. A také o tom, že se na



Generální ředitel České spořitelny Pavel Kysilka o umění a businessu s chutí diskutoval



Jeden z vystavených exponátů, obraz Josefa Šímy – ne jeden z nás by za něj dal půl života



Z nedávného tiskového setkání reprezentantů České spořitelny a Kooperativy pojišťovny na téma, jak patří umění a business k sobě a jak se vzájemně mohou obohatit (zleva František Bouc, ředitel Odboru externí komunikace České spořitelny, Pavel Kysilka, generální ředitel České spořitelny, Martin Diviš, generální ředitel pojišťovny Kooperativa, Andreas Treichl, generální ředitel Erste Group, a Peter Hagen, generální ředitel Vienna Insurance Group)

kousky až nevyčísitelné hodnoty mohou zdarma chodit obdivovatelé dívat do stále expozice v novém sídle Kooperativy v Praze 8. Některé z nich jsou do konce května zapůjčeny výstavní síni České spořitelny v Rytířské ulici v Praze, což je místo, kam snáze treťí i zahraniční turisté.

Nemluvilo se však jen o dílech starých mistrů. Ptala jsem se, jestli ve spořitelně či pojišťovně působí také umělci amatéři, kteří si fotí či kreslí pro radost, anebo mají jako svého koníčka jiné umělecké disciplíny – píšou povídky, verše, nebo hrají divadlo. Odpovědi byly překvapivé: ano, v obou společnostech se o takových zajímavých lidech a jejich snahách o svébytné vidění a interpretaci světa ví a jsou podporováni. Na letošní rok se například právě do objektu v Rytířské ulici chystá výstava děl těchto aktivních osobností působících v České spořitelně a podobně pojatá přehlídka prý bude i v galerii Kooperativy, kde se soustředí ukázky prací zaměstnanců této pojišťovny. Je to dobrá zpráva – lidé mají čas na umění. To nemusí být jen strategickou linkou investičních či sběratelských iniciativ jednotlivců či skupin, ale také součástí běžného života těch, kteří si k němu našli vlastní cestu a vztah. Nejde o fetišizaci uměleckých snah vyvolených ani o naddržování těm, kteří se dívají na své okolí jinými očima než většina z nás. Jde o to, že pokud dokáže umění sem tam propustit paprsek inspirace do našeho všedního dne, stát se součástí našeho životního stylu a nenásilně se dotknout našich myšlenek, plní poslání, k němuž mu bylo kdysi dávno požehnáno.

Eva Brixl

Koho obdivují šéfové světových firem: Churchilla a Jobse

V rámci 16. ročníku Globálního průzkumu názorů generálních ředitelů se PwC zeptala 1400 generálních ředitelů významných firem z celého světa na to, které lídry nejvíce obdivují a co oceňují na jejich činech. Nejčastěji jmenovaným byl Winston Churchill. Spolu se Stevem Jobsem (inovátor) byli obdivováni šéfy z nejvíce zemí (37).

Top 10 lídrů:

- | | |
|----------------------|-------------------------------------|
| 1. Winston Churchill | 6. Abraham Lincoln |
| 2. Steve Jobs | 7. Margaret Thatcher |
| 3. Mahatma Gandhi | 8. Ronald Reagan |
| 4. Nelson Mandela | 9. John F. Kennedy |
| 5. Jack Welch | 10. Bill Clinton/Napoleon Bonaparte |

Průzkum jasně ukázal některé charakterové typy lídrů, jako například: válečníci (Napoleon, Alexandr Veliký), reformátoři (Jack Welch), vůdci v době nesnází (Winston Churchill, Abraham Lincoln), lídři, kteří ohromili velké davy lidí (Mahatma Gándhí, Nelson Mandela) a ti, kteří dokázali názorově sjednocovat (Bill Clinton).

„Co dělá z člověka lídra? Co je zapotřebí k úspěšnému vedení podniku v době měnících se ekonomických podmínkách? Otázky tohoto typu si kladou i šéfové českých firem. Oproti těm globálním mají nevýhodu, že schopnost vůdcovství se u zdejších generálních ředitelů systematictěji pěstuje teprve necelé čtvrtstoletí. Zahrnuje jak celoživotní vzdělávání, tak dlouholetou praxi. Zdrojem inspirace zde mohou být čeští předváleční podnikatelé, jako byl Tomáš Baťa,“ uvedl Libor Stodola, senior manažer v oddělení Poradenství pro řízení lidských zdrojů, PwC Česká republika.

Winston Churchill je populární vůdce napříč celou západní Evropou. Ve Francii se umístil před Charlesem de Gaullem a v Itálii porazil na špičce Niccola Machiavelliho. Sloužit dvakrát jako britský premiér

(1940–45; 1951–55) mu zajistilo stejnou popularitu v Turecku jako Gándhímu. Společně se umístili těsně za Mustafou Kemal Ataturkem. Zhruba 60 % generálních ředitelů z celého světa si za vzor vybírá poválečné politiky či vojenské vůdce. Druhou nejpobulárnější skupinou byli lídři z businessu, historičtí vůdci a současní lídři. Méně zastoupené kategorie zahrnují spisovatele, umělce, filozofy, sportovce, náboženské vůdce a fiktivní postavy. Svého kolegu vybral 1 % dotázaných.

Ředitelé mezi svými vzory zmínili i 15 žen. Jen Margaret Thatcherová se ale dostala do první desítky. Dalšími často uvedenými jmény byly Angela Merkelová, Ayn Rand, Matka Tereza a královna Alžběta I. Ženy si čtyřikrát pravděpodobněji vybíraly za vzor další ženy než muže.

„Průzkum PwC ukázal, že vlastnosti jako flexibilita, pragmatismus a bystrost jsou dnes stejně ceněné jako v dobách Churchilla či Napoleona,“ dodal Libor Stodola.

(tz)

Business a sociální média

Více než čtvrtina (26 %) evropských společností v současné době investuje do technologií, které jim umožní komunikovat se zaměstnanci prostřednictvím sociálních médií. Jak ukázal již pátý ročník globálního průzkumu Digitální IQ, který provádí poradenská společnost PwC, Evropa v této oblasti zaostává za Amerikou i Asií, kde v této oblasti investuje třetina firem (32 %, resp. 33 %). Zvýšit své investice do interních sociálních médií plánuje letos více než třetina firem napříč regiony.

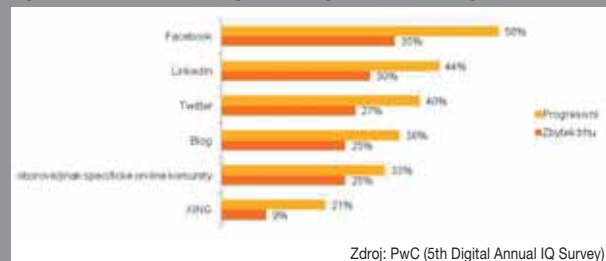
Více než do interních investují evropské firmy do sociálních médií, která jim umožní komunikovat se zákazníky a dalšími zainteresovanými stranami mimo firmu. I v oblasti vnější komunikace ale vydávají evropské firmy méně (29 %) než americké (37 %) či asijské (31 %). Zvýšit investice do sociálních médií pro komunikaci se zákazníky plánuje letos téměř polovina (49 %) firem v Americe. V Evropě je to více než třetina (35 %) společností a o něco více jich je v Asii (45 %).

„Využívat sociální média, coby generátory zisku se české firmy spíše učí. V nedávném průzkumu mezi generálními řediteli nejvýznamnějších tuzemských firem nám pouze 15 % uvedlo, že uživatelé sociálních médií mají zásadní vliv na jejich podnikání. Očekávám, že toto číslo v následujících letech poroste. Již letos hodlá podle stejného průzkumu změnit svůj přístup k uživatelům sociálních sítí téměř pětina českých firem,“ uvedl Patrik Horný, partner v oddělení Transformací PwC ČR.

Více než polovina progresivních firem letos hodlá zvýšit využívání Facebooku pro své podnikání. Mezi běžnými firmami na trhu takto uvažuje přibližně třetina. Necelá polovina jich hodlá letos zapojit do svého podnikání LinkedIn a Twitter.

(tz)

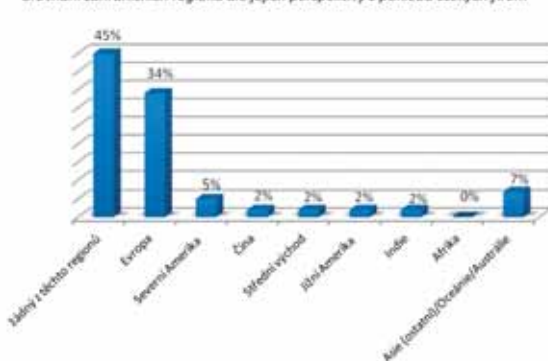
Využití sociální sítě pro své podnikání zvýší % firem



Asie české firmy netáhne

Více než třetina (34 %) českých firem vidí nejvíce zahraničních příležitostí k růstu v Evropě, Asii považuje za perspektivní pouhých 7 % z nich, často zmiňovanou Čínu potom dokonce jen 2 %. To jsou některé z závěrů, které vyplývají z aktuální studie společnosti M.C. Triton a nizozemské E-I Consulting Group. Ta zkoumala a porovnávala strategické priority firem ve vybraných zemích Evropské unie.

Srovnání zahraničních regionů dle jejich perspektivy z pohledu českých firem



Co se týče očekávání a budoucího vývoje, jsou české firmy ve srovnání se všemi ostatními zeměmi nejméně optimistické. A to navzdory tomu, že vyložený pokles zisku očekává jen 7 % z nich. Zhruba 44 % firem předpokládá, že jejich výsledky budou obdobné jako v minulém roce. Případná očekávání týkající se nárůstu obrátu potom směřují častěji spíše do zahraničí (52 %) než na domácí trh (42 %). Kromě toho celá čtvrtina firem předpokládá regulatorní zásahy státní správy. Zajímavé je, že pouze české a nizozemské firmy očekávají větší růst zisku než obrátu.

Studie zjišťovala také to, čím se chtějí firmy nejčastěji odlišit od své konkurence. V České republice je to na prvním místě kvalita samotného produktu nebo služeb (68 %), dále investice do inovací (45 %) a péče o zákazníky (39 %). Společenskou odpovědnost, která je na příklad v Německu čtvrtým nejdůležitějším strategickým faktorem (37 %), v Česku považuje za důležitou pouze 11 % firem. Studie zároveň potvrdila, že v Česku a Polsku firmy čelí největší cenové válce. U nás ji vnímá celkem 55 % respondentů.

Pro všechny sledované země je v současnosti obrovským trendem dematerializace dokumentů a obecný rozvoj využívání digitálních technologií. Společná jim je také obava z budoucího ekonomického vývoje. A právě ta je také firmami spolu se zahlcením každodenní agendou označována za největší překážku v jakémkoli strategickém rozvoji. Přesto se všichni shodují na tom, že mít funkční firemní strategii je prioritou.

(tz)

Vrabc a holub

Voláme po neotřelých řešeních, potřebujeme nápady. Nutná je komunikace firem samotných o sobě, informace, která mají smysl i náboj. Prosadí se ten, který přesvědčí o své pravdě, jehož argumenty zaujmou ostatní, a budou tedy životaschopné. Tedy takové, které ti, jimž je nabízeno, vezmou, shledají za dobré a jim přínosné.

Jenže, má to háček. I když se prohlašujeme za revolucionáře, vizionáře a snažíme se být originální, jakmile přijde na lámání chleba, zalekneme se vlastního nadšení a odvahy a zvolíme radši konzervativnější, zdánlivě méně konfliktní cestu. Pro jistotu. A tak se dokola všichni snažíme, vynalézáme perpetuum mobile, jdeme s kůží na trh, chceme být jiní, ale nakonec zase sklouzneme k zajatému, umírněnému řešení. Věčný rozpor v nás samotných? Obavy, abychom si nekoledovali o malér, abychom nepohřbili zakázku? Spíš je to asi vztah k osvědčenému – lepší vrabec v hrsti než holub na střeše. Je to bez práce a taky to stačí. Ale když už jsme u těch opeřenců: možná by stačila malá ptákovina (jeden vtíp, špetka smíchu, hrstička nadšení) a náš psychický blok, nebo chcete-li strach, by zmizel v propadlišti dějin.

Eva Brixi, šéfredaktorka



Čtete s námi

Evropská premiéra 80" LCD SHARP

Na nedávném veletrhu Mobitex 2013 v Brně se uskutečnila premiéra nového modelu 80" 3D LCD TV SHARP LC-80LE857E. Tato monumentální televize s úhlopříčkou 203 cm nadchne každého náročného diváka jedinečným podáním obrazu a využitím nejnovějších technických fines. Nová technologie 800Hz zpracování obrazu dokonale přenesla i velmi rychlý pohyb bez negativních artefaktů a exkluzivní technologie RGBY díky přidání žluté (Y) barvě dokáže mimořádně realisticky vykreslit i drobné barevné nuance. TV je vybavena všemi dostupnými tunery včetně nastupujícího formátu DVB-T2, tedy „pozemní digitál“ ve vysokém rozlišení, tuneru kabelové TV, ale umožňuje i satelitní příjem – stačí jen připojit parabolu a zasunout kartu – bez dalších přístrojů, kabelů a ovladačů. Pokud se ovladače bude chtít uživatel zbavit úplně, může ovládat běžným tabletem. Přístroj má vyřešený přístup na internet a umožňuje přehrávání hudby, videa a fotografií po síti nebo z USB. Na USB se dá i velmi snadno nahrávat. Sestava je zapojena do intuitivního systému pro ovládání inteligentních budov Crestron a k referenčním reprosoustavám B&W.

Co si přát víc od televize? Snad jen ještě větší model – blíž se nástup 90" varianty (230 cm). Pilotní série bude kusově omezená, zajistíte si opravdové domácí kino předobjednávkou.

Kontakt: Ing. Michal Jakubec,
602 741 620, www.jasyko.cz, dovozce do ČR

Prosperita Fresh Time

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 2, květen 2013
Vydává RIX, s.r.o., Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9
šéfredaktorka: Eva Brixi
e-mail: brixi@iprosperrita.cz, mobil: 602 618 008
obchodní ředitel: Martin Šimek
e-mail: martin@iprosperrita.cz, mobil: 606 615 609
redakční tým: Pavel Kačer, Jiří Novotný, Kateřina Šimková
zlom: Karel Švihel
korektury: Mgr. Pavla Rožničková
tisk: H.R.G. spol. s r.o., distribuce: SP Agency
www.freshtime.cz
Placené textové materiály jsou označeny grafickým symbolem

Investoři a akcie ? ?

Mezinárodní rada pro integrovaný reporting (IIRC), která sdružuje investory, firmy, regulátory, tvůrce standardů a účetní, zahájila diskuzi nad zvýšením kvality a obsahu informací, které o sobě společnosti publikují. Jejich význam potvrdil i experiment PwC, který provedla na skupině investorů. Celkem 80 % z nich dalo doporučení „prodat“, pokud neměli kvantifikovatelné nefinanční informace o dané společnosti. Ve chvíli, kdy tyto informace získali a viděli skutečný stav modelové firmy, doporučovala většina investorů „koupit“.

Jak zjistilo PwC, většina (77 %) firem v indexu FTSE 350 (londýnská burza) reportuje o svém obchodním modelu, ale jen polovina z nich poskytuje informace v dostatečné a použitelné míře podrobnosti pro investory a další zainteresované strany. A pouze 8 ze 100 má svůj obchodní model jasně provázaný se svou strategií, řízením rizik a dalšími oblastmi.

Přibližně polovina (54 %) evropských společností informuje o svém obchodním modelu a ještě více (85 %) jich hovoří o očekávaném vývoji trendů na trhu. Ale jen každá čtvrtá firma prezentuje spojitost mezi těmito informacemi a strategickými rozhodnutími, která učinila. Zůstává tak pouze na čtenářích výročních zpráv, aby si z nich sami vyvodili, zda firma efektivně reaguje na příležitosti a rizika, jimž čelí.

„Pokud firmy nabídnou kompaktnější pohled na své podnikání, mohou tím zlepšit a zlevnit svůj přístup ke kapitálu a dalším zdrojům. V prostředí, kde veřejnost, politici a média okamžitě reagují na chyby, které firmy ve své komunikaci udělají, se také hraje o jejich důvěru. Méně kompaktní nebo pouze jednostranný pohled na výkon a budoucnost firmy může snadno podkopat důvěru v její podnikání,“ řekl Petr Kříž, vedoucí partner sektoru finančních služeb, PwC Česká republika.

Nový rámec, podle něhož by měly firmy v budoucnu reportovat, testovala IIRC na vzorku 85 společností a 50 investorů. Průzkum, který v rámci pilotního programu udělala, ukázal, že integrovaný reporting poskytuje jasnější pohled na obchodní model firmy (95 % dotázaných) a pomůže zbořit vnitřní překážky (93 %). Zároveň zvýší zájem nejvyššího vedení firmy soustředit se na to, co jsou opravdu klíčové ukazatele výkonnosti (KPI) podniku. Diskuze nad novým rámcem by měla probíhat do 15. července.

„Integrovaný reporting může výrazně přispět ke stabilitě globální ekonomiky. Společnosti, z jejichž výkazů je pro investory jasně čitelná jejich současnost a očekávaná budoucí výkonnost, se vyhnou jakýmkoli krokům, jimiž by riskovaly, že investoři sníží hodnotu jejich firem,“ dodal Petr Kříž.

(tz)

Zájem o byty na Slovensku

Stále více Čechů se zajímá o možnosti nákupu nemovitosti u východních sousedů. Hlavním motivem je především investice volných prostředků a také často výhodnější nákupy v cizí měně euro. Mezi zahraničními kupci bytů na Slovensku vedou jednoznačně občané z Ruské federace, Francie, Španělska nebo Řecka.

Podle šetření, které uskutečnila společnost FINEP, je největší zájem mezi cizinci o byty v hlavním městě Bratislavě. „Lukrativní jsou zde městské části Ružinov, Petržalka nebo Staré Město přímo pod Bratislavským hradem,“ sdělila ředitelka FINEP SK Olga Petkova. Hned za Bratislavou cizinci preferují při koupi bytu Trnavu, dále Nitrú a Košice.

Největší zájem je mezi Čechy a dalšími zahraničními kupci o novostavby v řešení 2kk o výměře do 50 metrů čtverečních. „Takové byty jsou v Bratislavě v ceně mezi 80–110 tisíc euro (přibližně 2,07–2,8 milionů korun českých). Větší byty, například v řešení 3kk velikosti kolem 80 metrů čtverečních, jsou potom v ceně od 150 do 170 tisíc euro (3,9–4,4 milionů korun českých),“ doplnila Olga Petkova.

O tom, že jde u zahraničních klientů spíše o byty pro investici volných peněz, hovoří i skutečnost, že většina klientů preferuje nadstandardní vybavení nemovitosti. Podle Olgy Petkove je dnešní standard mnohem lepší, než tomu bylo v minulých letech. „Klienti, především ze zahraničí, se stále více orientují na módní trendy a více se zajímají o kvalitu standardu. Pokud jim něco chybí, řeknou si o nově nadstandardní doplňky,“ potvrdila.

Doplnila rovněž, že v současnosti mají klienti větší přehled, dělají si průzkum trhu a zajímají se o náklady na provoz bytu po jeho kolaudaci. Pokud již volí nadstandardní doplňky, pak se cena takových úprav pohybuje v průměru kolem 500 euro (13 tisíc korun českých). Společnost FINEP v Bratislavě, konkrétně v městské části Ružinov, staví a prodává již třetí etapu projektu Jégého alej. Jde o klidnou oblast nedaleko centra města. K dispozici je 213 bytů a apartmánů v různých velikostech od 1kk do 4kk. Všechny byty mají svou terasu nebo balkon. Parkování je umístěné v suterénní části budovy a v prvním nadzemním podlaží. Součástí projektu je také kompletní občanská vybavenost a dobrá dostupnost do centra města.

(tz)

Výstava koberců Grund: mandaly, barevné, magické a harmonizující obrazce

Společnost Grund, známý výrobce designových koupelňových koberečků, přijde letos na podzim s absolutní novinkou. Uvede na trh kolekci koberců se vzory léčivých mandal, barevných magických a harmonizujících obrazců. Předpremiéra celé kolekce se uskuteční na společné výstavě se Základní školou Sluneční v Hostinném v tamním klášteře. Vernisáž je naplánována na 30. května 2013 v 17 hodin a bude ji moderovat Jaroslav Dušek. Výstava potrvá do konce srpna.



tálním postižením a děti s kombinovanými vadami a autizmem. Právě výtvarná tvorba je jedním z významných komunikačních prostředků a při malování mandal spolupracovaly děti se svými rodiči. „Toto spojení se nám zdálo přímo ideální pro naplnění našich cílů při práci s dětmi, kterými jsou jednota, harmonie a rovnováha,“ řekla Iva Faltová, ředitelka ZŠ Sluneční v Hostinném. Česká rodinná firma Grund již více než 20 let vyrábí koupelňové předložky a vyvází je do více než 40 zemí celého světa. Vznikla v lednu 1990 v prostorách rodinného domu, již v roce 1992 otevřela nový závod, který zaměstnával 50 pracovníků. V následujících letech byl areál firmy postupně rozšiřován a vybavován moderními stroji a zařízeními. V roce 1997 byla vybudována

prádelská, která nyní pokrývá veškerou potřebu příze pro výrobu koupelňových předložek. Od svého založení si firma udržuje významnou pozici na českém a slovenském trhu. Daří se pokrývat většinu obou těchto trhů, a to i díky tomu, že byl výrobní sortiment doplněn o nabídku závěsů, teleskopických tyčí, podušek a dalších doplňků, které jsou zákazníkům dodávány také ve formě koordinátů. V současné době již firma GRUND zaměstnává více než 150 pracovníků a svoje výrobky exportuje do více než 40 zemí celého světa. Sortiment je k zakoupení na e-shopu Grund.cz.

(tz)

„Hlavní myšlenkou celého projektu je poskytnout lidem možnost nechat působit na svoji mysl zářivé mandaly natištěné nebo vyšité do koberečků. Mandalas jsou pečlivě vybrány tak, aby jejich barevné složení a zvolené motivy ovlivňovaly různé aspekty lidské mysli,“ vysvětlil Jiří Grund, ředitel společnosti Grund.

Oficiální představení a světová premiéra nové kolekce Koberce Grund jako mandaly proběhne v únoru 2014 na veletrhu Ambiente ve Frankfurtu nad Mohanem. „K této události připravujeme také katalog a očekáváme velký zájem z celého světa. Pevně doufáme, že naše koberce budou šířit pozitivní energii. Čistý zisk z prodeje mandal věnujeme na charitativní projekty v Čechách i v zahraničí,“ dodal Jiří Grund.

V nové kolekci jsou mandaly ovlivňující lidskou sebedůvěru, představivost či velkorysost, ale i takové, které posilují mezilidské vztahy a duchovní rozvoj.

ZŠ Sluneční v Hostinném vzdělává děti s lehkým až těžkým men-



VODOROVNÉ FRÉZOVACÍ A VYVRTÁVACÍ STROJE OBRÁBĚCÍ CENTRA

TOS VARNSDORF a.s., Říční 1774, 407 47 Varnsdorf, Česká republika
Tel.: +420 412 351 203, Fax: +420 412 351 269
E-mail: info@tosvarnsdorf.cz, www.tosvarnsdorf.cz, www.tosvarnsdorf.eu

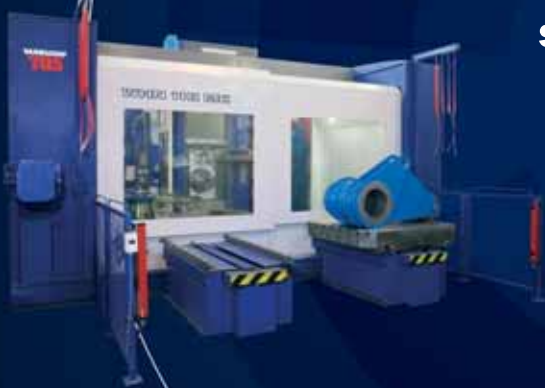


WHN(Q) 13/15 CNC

WRD 130/150 (Q)



WHN 110 MC



Největší český výrobce obráběcích strojů slaví 110 let. Nejen tradice, ale především dovednost a nápaditost svých lidí, to je základ, na kterém společnost staví.

Vodorovné vyvrtávačky stolové a deskové, obráběcí centra, speciální stroje - to vše umocněno pestrou nabídkou služeb.

Více na

www.tosvarnsdorf.cz



Předseda představenstva TOS VARNSDORF a.s. Ing. Jan Rýdl
byl zvolen manažerem odvětví roku 2012 (výroba obráběcích strojů).

ZVOLTE SI ŘEŠENÍ