

červen 2014

fresh[®]
TIME
PROSPERITA

Osobnosti na našich stránkách:

Zdeněk Maška

Václav Kadlec

Radek Řečka

Rudolf Bubla

2x foto Shutterstock



Léto v kalendáři právě začalo, doopravdy nám ale píše slunečními paprsky vzkazy do diáře již pěkných pár dní. Jsem tady, počítejte se mnou! Odložte mobily, vypněte počítače! Uložte stres do dějin všedních dnů, nechte odpočinout i své firmy! Jaká tedy bude vaše letošní dovolená? Určitě ta nejlepší, nádherná a neopakovatelná.

O šunce, která už nemůže být šunkovatější

Je to tak, uzeniny do našeho českého jídelníčku náleží a patří určitě ještě dlouho budou. Domácích výrobců přibývá, navzájem soupeří o to, kdo překvapí tím nejlepším, kdo získá přízeň trhu. Jeden z nich obdržel letos v soutěži Volba spotřebitelů, nejlepší novinka roku 2014 v kategorii Uzeniny ocenění, jehož si velmi považuje. Je to PRANTL, Masný průmysl, s.r.o. Uspěl s výrobkem Šunka nejvyšší jakosti, tedy přesně podle strategie, o které mi vyprávěl jak majitel společnosti Jan Prantl, tak ředitel Ing. Zdeněk Maška, když jsem se před dvěma roky ptala, kudy půjde cesta kvality v příštím období. Tehdy tvrdili, že je zacílení jasné: budou to šunky, a to vysoce jakostní, jimiž trh zdaleka není ještě zahlcen.

Ing. Zdeněk Maška je na firmu, kterou řídí, hrdý – Žirovničtí opět dokázali, že se kvalitně vyrábět dá a že to, co je dobré, ba vynikající, se kupovat bude. Zeptala jsem se ho:

Co je na šunce tak pozoruhodného?

Nevím, jestli pozoruhodného, ale jestliže chceme někoho přesvědčit o kvalitě, musíme ji umět vyrobit. Toho právě oceněný produkt



Ing. Zdeněk Maška

je důkazem. Základní surovinou Šunky nejvyšší jakosti jsou vybrané části vepřové kýty – to je jedna věc. Ta druhá se dá charakterizovat také jednoduše – výroba probíhá bez přídavků aromat. Šunka vyniká přirozenou masovou chutí, obsah masa deklarujeme minimálně na 91 procent při obsahu tuku do 2 procent. Šunka nejvyšší jakosti musí splňovat požadavky dané platnou legislativou pro skupinu šunek zařazených do třídy nejvyšší jakosti.

Tohle však spotřebitel na první pohled nepozná...

To máte pravdu, ale pozná zas něco jiného, totiž to, jak se šunka výborně krájí, a to je benefit na dnešním konkurenčním trhu dosti značný. Také jsme se trefili tím, o jakém průměru jsme zvolili obal – je to 150 mm, takové řešení je pro zákazníka optimální, to je vyzkoušené.

A čím je šunka ještě pro kupujícího lákavá?

Dodáváme ji v různých hmotnostních variantách, třeba v technologickém obalu o hmotnosti 4,5 kg, krájenou ve spotřebitelském balení 200 gramů a krájenou také o hmotnosti jednoho kilogramu.

Nedivím se, že jste pochoutku přihlásili do soutěže, úspěch musel přijít.

Mohl, ale nemusel. Jsme skromní, i když každé vítězství nás potěší. Ocenění, které jsme s výrobním ředitelem Ivo Prantlem přebírali 24. dubna v pražském hotelu Ambassador, naši ctížádost zase o kousek posunulo. Rádi se

pochlubíme i tím, že jsme dostali ještě jednu cenu, a to od rádia Frekvence 1 za první místo v anketě posluchačů.

Vím, že jste známý svou přísností i pečlivostí, a když jsem kdysi procházela vaše nové sklady, nevěřila jsem, že jsem v prostorách, kde se manipuluje se spoustou párků, salámů, šunek. Z podlahy by se dalo jíst. Svědčilo to o vztahu zaměstnanců k firmě, o jejich loajalitě...

U nás si lidé práce váží, být zaměstnaný a mít jistotu v kapse je dnes ne vždy dosažitelné. Zodpovídám za to, že firma bude prosperovat, že dokážeme lidi zaměstnat, že se na trhu uplatníme. Jsme potravinářský provoz, což znamená, že inovujeme, máme nápady, známe řešení. To je základ i ve vztahu k zákazníkovi. Vedou svůj tým k cílevědomosti, přesnosti a chuti pracovat. Výsledky se dostávají, i když jsou vykoupeny velkým úsilím a poctivostí v přístupu k věci. Ať je to ta pověstná čistota, již jste si jako žena okamžitě všimla, anebo závěr toho všeho snažení, špičková šunka, která si odnesla povzbudivou cenu.

Jakým vzkazem byste zákazníky dnes oslovil?

Abyste odvážili kupovat hodnotnější zboží, třeba méně, ale kvalitně. Aby se nebáli dobrých českých uzenin, ale jedli s mírou, pestře. Aby se nebáli okusit novinky, pochutnat si a pochválit. ptala se Eva Brix



Skupina Atoz Retail na slavnostním galavečeru koncem dubna v Praze vyhlásila výsledky čtrnáctého ročníku marketingového programu Volba spotřebitelů – Nejlepší novinka, který oceňuje inovace na českém trhu rychloobrátkového zboží. Spotřebitelé letos vybírali ze 133 výrobků / výrobových řad ve 43 kategoriích. Z průzkumu agentury STEM/MARK vyplynulo, že při rozhodování spotřebitelů o nákupu rozhoduje cena, kvalita, ale také značka a původ výrobku.



Česká značka SAPELI otvírá dveře zákazníkům

Ta největší pohroma, která může postihnout každý interiér, je nuda. Takto sugestivně představil nové kolekce na sezonu 2014/2015 největší tuzemský výrobce dveří a zárubní, společnost SAPELI. Právě v květnu a červnu se mezi zákazníky dostávají desítky novinek, které posouvají designový i technologický standard v bytových doplňcích o notný kus výše. Nové edice vycházejí vstříc dvěma stále početnějším skupinám klientů: první hledá co nejvyšší kvalitu za co nejnižší cenu, druhá naopak sleduje linku vytříbenosti, originality a precizního provedení.

Na obou frontách SAPELI díky svému výrožárskému oddělení posílilo. Nabízí tak nejen moderní dekory, ale i nový exkluzivní povrch Sapdecor, který je díky revoluční nanotechnologii s 3D efektem tisku dokonalou imitací přírodních materiálů se strukturami dubu, jilmu nebo stále oblíbenější olivy. Nový materiál Sapelit v tradičních dekorech javoru, ořechu, třešně či dubu pak zaručuje uživatelům díky UV vytvrzovanému tisku na ploše dveří především vyšší odolnost než jiné umělé materiály, navíc za úžasnou cenu.

„Bez nejmenších pochyb cítíme mezi designéry i koncovými klienty silnou potřebu vrátit se vyzněním interiérů k přírodě. Proto jsme se v nových kolekcích vydali právě tímto směrem. Naší ohromnou devizou zůstává práce s dýhou. Vyslyšeli jsme i poptávku po umělých materiálech, které zaručují ještě lepší vlastnosti, ale jsou dýže velmi podobné jak strukturou,

tak kresbou,“ popsal orientaci Ing. Václav Bradáč, generální ředitel společnosti SAPELI. Řada novinek se týká dlouhodobě nejoblíbenější řady Elegant. Rozšířena byla nabídka povrchů, mezi nimiž se vyjímají designové povrchy jako HPL láva, břidlice nebo andezit. S vyššími nároky klientů si hravě poradí nová kolekce dveří a zárubní Harmonie Praktik, která dostojí i požadavkům na nejmodernější design a aktuálnost interiérů. Právě zde se projevuje příklon SAPELI k přírodním materiálům: mezi povrchy nově najdeme dýhu dub natur a buk natur nebo ladný ořech natur, z nových umělých povrchů pak již zmiňovaný elegantní Sapdecor. K přednostem modelů Harmonie patří jejich téměř univerzální kombinovatelnost se striktně moderním nábytkem nebo jinými soudobými artefakty.

Nejsou to však jen dekory a materiál, s čím se tým SAPELI rozhodl posílit svou svrchovanou pozici na trhu. K očekávaným novinkám patří rovněž například skryté zárubně, kovové zárubně, otočné dveře s reverzním otevíráním nebo Compack – skládací dveře na stěnu snižující nároky na plochu kolem dveří o 50 %. Samostatnou kapitolou jsou stále oblíbenější posuvné dveře. Velkým hitem jsou například dveře s vysokým leskem či celoskleněné dveře a stěny – i díky velmi jednoduchému osazení, kvalitě tvrzeného skla a nápaditosti potisků u zákazníků okamžitě uspěly. Výjimečný design těchto prémiových produktů navíc podtrhuje absolutně tichý provoz a neotřelé architektonické řešení, a to díky osazení stavebního pouzdra do stěny, bez nutnosti instalace zárubní.

„Výše uvedené novinky jednoznačně dokazují, že jsme se rozhodli více zaměřit na individuální potřeby klientů, a to i těch nejnáročnějších. Vždy budeme sledovat kvalitu a to, abychom novinkami tvořili trend, poptávku. Právě aty-

pické požadavky jsou pro nás motorem, jak nabídku neustále rozšiřovat – například o obklady stěn, podlahy nebo třeba i speciální dveře pro kanceláře či provozy jako nemocnice nebo školy,“ dodal Ing. Marek Sedlák, obchodní ředitel SAPELI. Novinky podle něj reagují i na výrazné oživení na trhu developerských projektů i individuální výstavby. Skutečnost, že kolekce SAPELI jsou trhem vnímány jako kánon nastupujících trendů, není náhodná. Nové modely vznikají v předstihu čtyř pětilet, a to na základě detailních rešerší zahraničního prostředí, rozhovorů s designéry a předními evropskými výrobci materiálů a dalších partnerů a autorit v daném segmentu. Vývojářské oddělení SAPELI každou novinku před uvedením na trh důsledně testuje z hlediska funkčnosti, kvality, ale i obchodního potenciálu. I díky této politice si SAPELI dlouho-

době udržuje výsostnou pozici na trhu dveří a zárubní v České republice. Aktuálně firma se sídlem a největším showroomem v Jihlavě a s výrobními provozy v Polné a ve Starých Horách zaměstnává přes tři sta lidí. Největších obrátů dosahuje přes síť SAPELI Center, které jsou v Praze, Brně, Hradci Králové a Olomouci. Mimo Českou republiku úspěšně působí na Slovensku, Maďarsku a v posledních letech také Německu, Bulharsku a Rakousku.

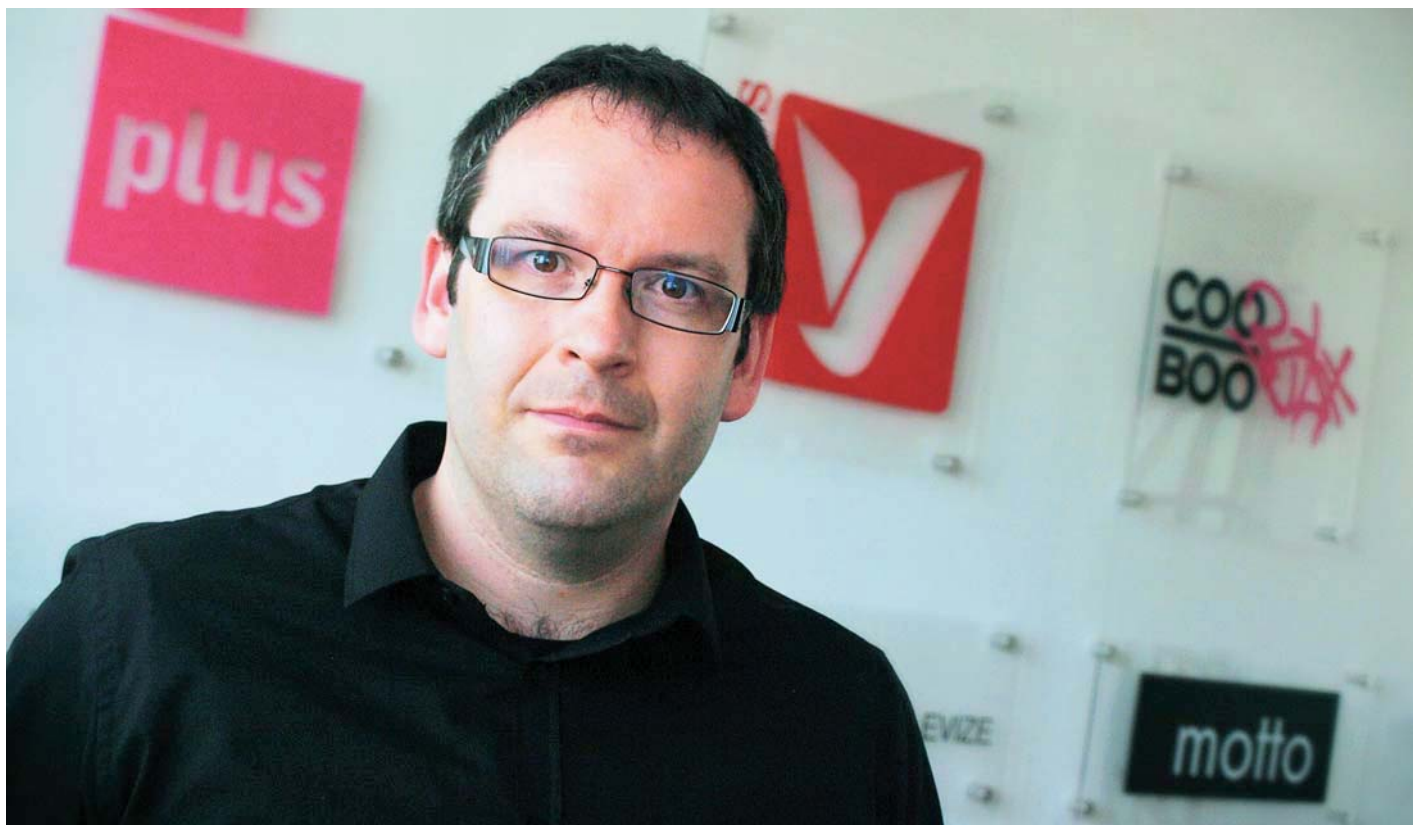
www.sapeli.cz (tz)



Nevyužitý zůstává

potenciál knih jako dárků

pro obchodní partnery nebo pro zaměstnance



Nikdo mi nenamluví, že kniha v papírové podobě nemá budoucnost. Ani nejzřetlivější komunikační technologie jí nevzaly vítr z plachet. S knihou v ruce si pohráváme na pláži o dovolené stejně tak jako při cestě vlakem na významnou konferenci. Knížky dáváme potomkům jako výraz spokojenosti, že zdárně ukončili studium, stejně tak jako obohacujeme svou knihovnu o známé detektivky nebo publikace o slavných osobnostech businessu. Ke knihám se utkáme, když nám je smutno stejně tak, jako když máme potřebu někomu udělat výjimečnou radost. Knihy jsou dárkem vánočním a budou jistě brzy i vyhledávaným dárkem firemním. Knížky jsou voňavé radosti, s nimiž často uleháme, ale někdy i vstáváme. O tom a řadě dalších záležitostí jsem hovořila s Václavem Kadlecem, generálním ředitelem společnosti Albatros Media, a. s.

Jak by se dal charakterizovat dnešní knižní trh? Co by nakladatelé a vydavatelé rádi širili a co chtějí zákazníci číst?

Knižní trh v posledních letech stagnuje a vyznačuje se mimo jiné poklesem průměrného prodaného nákladu od jednotlivého titulu. Pokud chce nakladatel uspět a růst, musí buď vydávat větší počet titulů, což má negativní dopad na ziskovost, nebo přicházet s kvalitnějšími a prodejnějšími tituly, aby tak vykompenzoval přirozený tržní pokles.

Je kvalitní současné české literární tvorby nadbytek, či nedostatek?

Určitě je prostor k posílení kvalitní české tvorby. Bohužel pro české autory, s výjimkou několika nejúspěšnějších, není prakticky možné dosáhnout vydáváním knih na takovou výši honorářů, která by umožnila autorovi věnovat se tvorbě „na plný úvazek“. Důvodem je omezená velikost trhu a také podmínky např. výše DPH na knihy. I to je překážkou, proč nevzniká příliš mnoho nových nadějných autorských

počinů. V Albatros Media se snažíme podporovat začínající autory, každoročně vyhlášíme několik literárních soutěží, a vítězům pak vydáváme jejich díla. Tímto způsobem vyšla už řada skvělých titulů, například Kosprd a Telecí z nakladatelství Albatros od Evy Pa-puškové.

Mám pocit, že národ nejvíce kupuje kuchařky...

Kuchařky patří k oblíbeným publikacím, a trendem dnešní doby je obecně vaření, gastronomie a životní styl, proto i knižní vydavatelé a autoři na tyto trendy reagují. Nakladatelství Motto mimo jiné vydává i řadu titulů o vaření, nejnověji třeba knihu Chuf do života Haliny Pawlowské.

Z pultů vymizela poezie stejně tak jako z duší lidí. Myslíte, že se někdy zase dostane ke slovu?

Myslím, že poezie zůstane doplňkovým sortimentem, jako je tomu v současnosti. Masivní rozvoj poezie se zřejmě předpokládat nedá, na druhou stranu existuje řada čtenářů, pro které

je poezie stále vyhledávaným žánrem, a tato skupina bude existovat i do budoucna.

Také krása českého jazyka jde do úpadku. Technologie a internet tomu napomohly. Má smysl si stýskat?

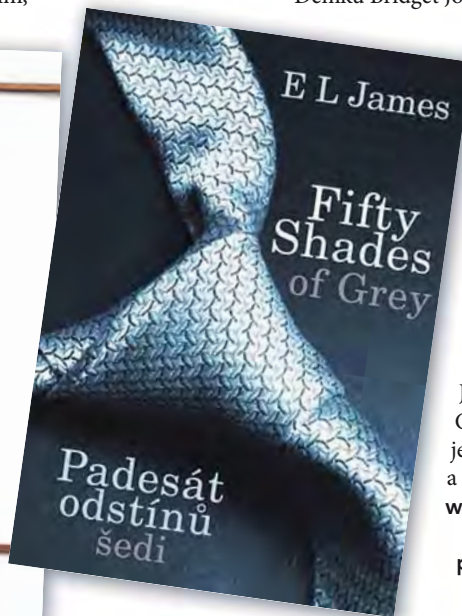
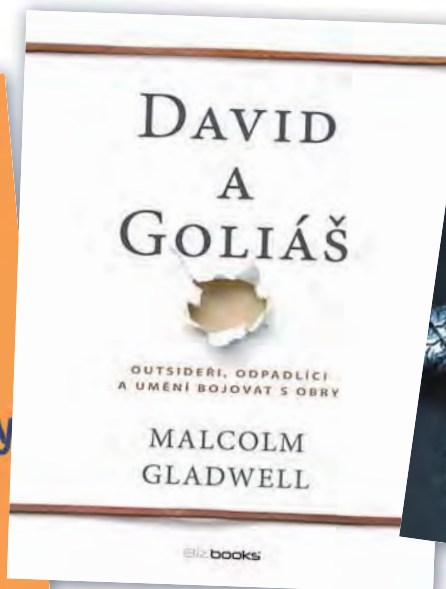
Určitě jsou mezi námi lidé, pro které je to smutná zpráva, a asi všichni občas kroutíme hlavou nad výrazem nebo slovem, které se začíná běžně objevovat ve sdělovacích prostředcích nebo v komunikaci, a přitom nás tahá za uši. Na druhou stranu takový je zkrátka přirozený vývoj: lidé chtějí komunikovat rychleji, úsporněji, vezou se na vlnách sociálních sítí, a tomu přizpůsobují svůj slovník a vyjadřovací prostředky. Má to své výhody i nevýhody a nelze to asi hodnotit jako jednoznačně dobrou nebo jednoznačně špatnou zprávu.

Co erotika jako téma? Je ještě šance na úspěch, anebo čtenář sáhne raději po dobré detektivce?

Erotická literatura zažila v uplynulých dvou letech svůj obrovský rozkvet, podpořený především fenomenálním a zcela nečekaným celosvětovým úspěchem trilogie Padesát odstínů šedi. Jedná se však o určitý módní výkyv, o jednorázovou vlnu, která bude nyní postupně slábnout. Erotická literatura zůstane, ale nebude už dál takovým fenoménem. Naopak dobrá detektivka je žánr, který je dlouhodobě stabilní a který patrně bude stejně silný i za řadu let, možná i za řadu desítek let.

Albatros Media je největším knižním vydavatelstvím v České republice. Jakou to má podnikatelskou výhodu?

Výhod nejsilnější pozice je celá řada, od vyjednávací pozice směrem k obchodním partnerům až ke stabilitě a jistotě, na které se mohou spolehnout naši dodavatelé i autoři. Vzhledem k naší pozici si také můžeme dovolit vydávat i tituly, které nemají předpokládaný silný komerční potenciál. Věnujeme se jim, protože věříme, že by podobné knihy měly přispívat k růstu české a slovenské vzdělanosti a kulturnosti.



Máte přehled o tom, jak čtou lidé z businessu? Podnikatelé, podnikatelky, manažeři, manažerky? Jestli vůbec čtou, mají na to čas, zda si u knihy třeba odpočinou?

Lidé z businessu mají enormní snahu se stále vzdělávat a zdokonalovat. Trendem poslední doby jsou tituly na pomezí odborných publikací (např. manažerských příruček, příruček pro řízení lidí, pro ekonomické řízení firem atd.) a publikací o osobním rozvoji (time management, skloubení pracovního a soukromého života, životní vyrovnanost a spokojenost, duševní rovnováha atd.). A samozřejmě když přijde top manažer nebo manažerka domů, dost možná si také chce vzít do ruky skvělou detektivku a neodložit ji, dokud se nedozví, kdo je vrah.

A jak kupují firmy? Nemyslím jen odbornou literaturu, ale třeba beletrii, dárkové publikace, jimiž lze udělat radost obchodním partnerům, zaměstnancům?

Firmy nakupují hodně v rámci svých vzdělávacích potřeb, nicméně dost nevyužitý zůstává potenciál knih jako dárků pro obchodní partnery nebo pro zaměstnance. Kniha je přitom jedním z nejhodnějších dárků, které může firma věnovat. Při šikovné volbě publikace je zcela univerzální,

tj. může být věnována mužům i ženám, bez ohledu na věk, je reprezentativní, působí exkluzivně, nepůsobí podbízivě ani „lacině“, a i v případě, že se příjemci netrefí do vkusu, může být snadno „darována dál“. V tomto směru jsme zintenzivnili své obchodní úsilí a budeme se snažit firmám, ale i školám, úřadům a dalším institucím vysvětlit, že právě kniha může být ideálním dárkem.

Kdy vy sám čtete a co?

Lásce ke knihám jsem propadl už v dětství, a proto si i přes minimum volného času vyšetřím chvíli na pěknou knihu. Mám rád oddechovou literaturu a v této oblasti se mi logicky propojuje pracovní část s osobní, tudíž čtu nejvíce knihy našich vlastních nakladatelství. V poslední době mě zaujala detektivka Volání Kukačky a série detektivních příběhů od spisovatelky Camilly Läckberg.

Doporučíte, nač si můžeme dělat laskominky v předvánočním shonu?

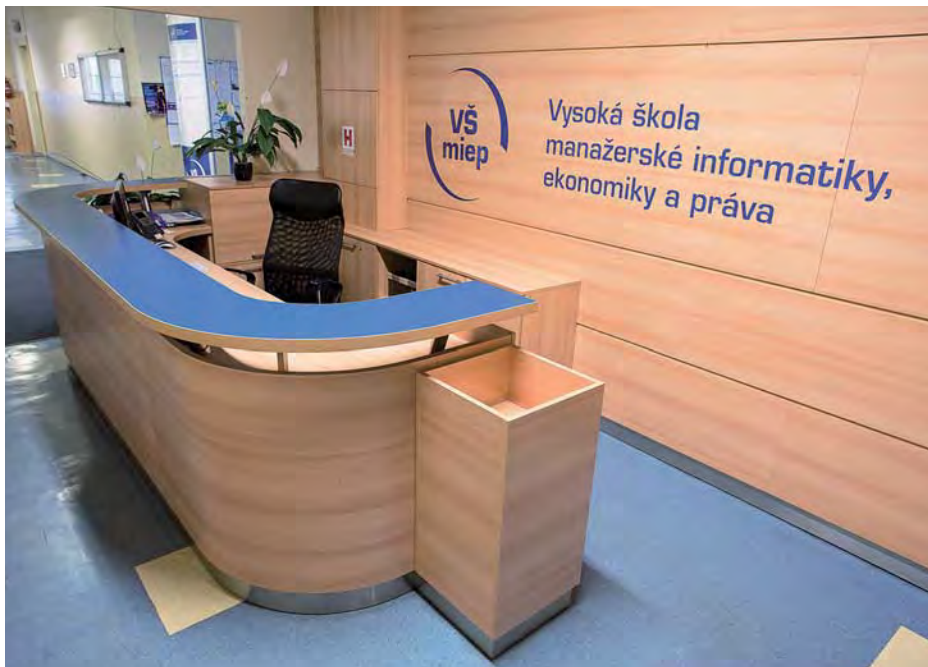
Vánoční knižní trh je tradičně nabitý novinkami a budoucími bestsellery. Stejně tak i my připravujeme spoustu výjimečných knih. Čtenářům přineseme dárek v podobě třetího dílu

Deníku Bridget Jonesové – Láskou šlehná. Pro mužské publikum chystáme akční špiónážní thriller Švéd, který byl jedním z nejžhavějších titulů letošního knižního veletrhu ve Frankfurtu. Pro milovníky IT technologií vydáme tak trochu jiný pohled na život Steva Jobse z perspektivy Chrisann Brennanové, jeho bývalé přítelkyně a matky dcery Lisy.
www.albatrosmedia.cz

ptala se Eva Brixi ■■■

Zdá se, že populace nehloupne, jak se často píše

Rádi si plníme sny. Vzdělání může být jedním z nich. Studium pro studium, jak se s ním v některých školách stále ještě setkáváme, však nefunguje, dnešní praxe to po zásluze odmítá. Provoz firem, ať jde o síť kaváren, nebo nadnárodní korporace výroby postavené na nanotechnologiích vyžaduje vzdělané odborníky, kteří něco umí, mají znalosti a odpovídajícím způsobem je dokáží v praxi zhodnotit, čili vedou firmy k úspěchu, k tržní realizaci. Vysoká škola manažerské informatiky, ekonomiky a práva, a. s., již znáte pod zkratkou VŠMIEP, postavila svoji strategii právě na tom, aby její studenti-klienti-absolventi byli nejen použitelní, ale i žádaní. V čem je podstata? Na otázku odpovídal předseda představenstva a kvestor Radek Řechka.



Jaké manažery potřebuje dnes česká ekonomika? Staří kozáci tvrdí, že dobrý business se odvíjí od dobrých vztahů mezi lidmi (za vším je člověk a kontakty), ti nejmladší zastávají názor, že firma bez sociálních sítí vlastně neexistuje. Řada majitelů menších společností si myslí, že manažery nepotřebuje vůbec. Jak to vlastně je?

Pojďme, prosím, oddělit dvě základní skupiny problémů. Ten první se týká kvality českého managementu. Podle mého názoru – byt se situace zlepšuje a prakticky zaměřené vysoké školy tomu značnou měrou napomáhají – je pořad ještě o dost víc těch, kteří vedou firmu či projekt bez skutečných kompetencí. Selský rozum je skvělá věc, sám se jím řídím až příliš často, ale nemůže jít o jedinou schopnost, o kterou se manažer současnosti opírá. Znalosti jazyků, široký makroekonomický rozhled, ale také základy moderního marketingu, obchodní strategie, právní povědomí a v neposlední řadě také povědomí o světě IT. Tohle jsou minimální, základní úroveň a oblasti kompetencí, které by moderní manažer měl mít. A právě v těch oblastech se naše škola snaží manažery vzdělávat, ale také cvičit, trénovat. Druhá oblast vaší otázky se týká role networkingu v reálných, hmotných vztazích mezi firmami

Ne, neděláme z právníků programátory a z programátorů reklamní specialisty. Snažíme se, aby studenti jednotlivých oborů neměli úzké zaměření a omezený pohled na svět jen optikou svého zájmu.

a lidmi, ta je velmi důležitá. Moderní obchod a marketing bez vztahů a péče o ně nepřežije, ani s milionovými budgety do reklamy či PR. Otázkou „vkusu“ a také schopností firmy je, jestli firmy networking realizují v nějakých moderních komunikačních platformách typu facebook či linked-in, nebo jaksi více „postaru“. Obě možnosti mají svá pro i proti. Hlavní je však podstata – schopnost generovat a budovat a rozvíjet vztah a také schopnost a trpělivost starat se o něj. Vše ostatní jsou jen pomůcky, nástroje.

Vaše vysoká škola ve svém názvu shrnuje obory, pro které zejména mladé lidi vychováváte. Co vás vede právě k této kombinaci bakalářského studijního programu?

Hned ze začátku jsme si udělali výzkum. A ten potvrdil naši vlastní manažerskou a podnikatelskou zkušenost: chcete-li na trhu uspět, musíte se vyznat ve třech základních skupinách témat a problémů. Firma je

ekonomický útvar fungující v ekonomických podmínkách, proto obor „manažerská ekonomika“. Bez znalosti světa počítačů, informačních systémů, databází, ale také prodeje na internetu, zálohování dat apod., bez toho je manažer v současné době neskutečně omezený. To je jako podnikat v automobilovém průmyslu a nemít ří-

dičák, nemyšlitelné. A v české právní džungli neznat svá práva, ale také povinnosti, může být pro správné rozhodování a poctivé podnikání likvidační. Zkrátka, nestačí jen dobrý nápad, kvalitní výrobek a skvělí zaměstnanci. Základem všeho je znát to, co vám může přinést – na trhu práce i v konkurenčním prostředí praktického podnikání – tu nejlepší výhodu. Proto jsme vzali právě tyto 3 obory a vytvořili z nich unikátní kompilaci. Ne, neděláme z právníků programátory a z programátorů reklamní specialisty. Snažíme se, aby studenti jednotlivých oborů neměli úzké zaměření a omezený pohled na svět jen optikou svého zájmu.

Dosáhli jste nejnižší míry nezaměstnaných absolventů v ČR. Za posledních pět let je to 0,0 procenta. To je ukazatel, jemuž se ani nechce věřit. Nicméně je to patrně silnou motivací dalšího rozvoje...

Tohle číslo, tenhle výsledek našeho snažení je, za prvé, důvodem k radosti. Radosti z toho, že jsme se nespětli a že jdeme dobrým směrem. Tohle číslo totiž ukazuje, jaká je připravenost našich absolventů. Mnohé veřejné školy se dívají na ty soukromé s despektem. Ale která z nich může říci, že své studenty skutečně připraví pro reálný život a že z nich udělá prakticky použitelné odborníky? Kolik takových je?

Za druhé je to číslo velkým závazkem. Výš už to nejde, ale stačí malá chybička či zaváhání a dolů může být cesta velmi rychlá a strmá. Výsledek naší práce je nutně udržet. A to není

a nebude v současném konkurenčním prostředí jednoduché.

Stavíte na spolupráci s firmami. Co ony požadují od vás a co vy od praxe?

Partnerství se soukromým sektorem je pro nás velmi důležité. Ty neúspěšnější firmy na trhu totiž mají hluboké znalosti a skvělé know-how. A co může být lepšího než tyto cenné informace, rady, zkušenosti a postupy předávat našim studentům? Vlastně je to jeden velký, nekončící koloběh. My chceme po firmách, aby nám pomáhaly vylepšit připravenost našich absolventů. A to samé pak – když je přijímají do svých řad – chtějí firmy po nich, a tím pádem i po nás.

Kolik studentů ročně pošlete do života – všichni jsou bakaláři?

V posledních letech je to zhruba 200 absolventů ročně. Někteří z nich odcházejí poprvé do praxe, to se týká především denních studentů, jiní naopak z praxe přicházejí doplnit si znalosti a získat nové zkušenosti. Tzv. kombinovaných studentů je mezi našimi absolventy čím dál víc.

Jaký je profil lidí, kteří zvolí kombinované studium a kdo je zpravidla aktérem v programu celoživotního vzdělávání?

Kombinovaní studenti jsou většinou lidé od 30 let výš, ale máme tu i studenty kolem padesátky. Jde většinou o zkušené odborníky, kteří se chtějí ve své firmě či svém vlastním podnikání posunout někam dál a výš. Pozorujeme ten trend většího hladu po kvalitním vzdělání, které člověku sku-



Radek Řechka

tečně k něčemu bude, a máme z něj radost. Zdá se, že populace nehloupne, jak se často píše.

Snažíte se být užiteční potřebám ekonomiky, tedy vzdělávat tak, aby z toho byl skutečný užitek, nikoli diskuze o počtu andělů na špičce jehly. Zřídili jste například Centrum technické normalizace, tedy podílíte se společně s Úřadem pro technickou normalizaci, metrologii a státní zkušebnictví na vytváření původních českých norem. Jaké jsou dosavadní výsledky?

V poslední době jsme se podíleli především na překladech mezinárodních norem, týkajících se využití ICT pro výuku, vzdělávání a školení. Důvodem této činnosti bylo usnadnit českým institucím činnost v této oblasti. K normám samozřejmě nabízíme i doplňkové služby –

konzultace, poradenství. V současné době zahajujeme spolupráci s MŠMT s cílem zajistit pro české uživatele překlady dalších norem, které usnadní využití ICT v oblasti vzdělávání.

Také podporujete podnikavost a podnikání studentů, jak především?

Vyhlašujeme pravidelně různé soutěže a programy, které mají podnítit podnikavost studentů. Nevymýšlíme žádná umělá témata, ale zapojujeme studenty do problémů či výzev reálných, skutečných. Další oblastí je středoškolská odborná činnost. Dále realizujeme studentské workshopy, což je v mnoha předmětech přirozená součást výuky. Úzce také spolupracujeme s podnikatelským inkubátorem NODE5. A spousta dalších projektů je v přípravě.

Čemu novému jste se sám ve vaší škole naučil?

Učení je kontinuální proces, v současné turbulentní době nikdy nekončí. Denně můžete narazit na nové věci, ze kterých čerpáte zkušenosti. Teorie je jedna věc, praxe druhá. Mám to štěstí, že mám okolo sebe nejen skvělé odborníky, ale zároveň i výborné kolegy, kteří vždy pomohou, když je potřeba. Takže jsem se naučil hlavně to, že být je organizace jakkoliv velká, manažer si musí najít vždy individuální přístup nejen ke svým zákazníkům (studentům), ale i ke všem klíčovými zaměstnancům. Nelze vždy aplikovat striktně směrnice a pokyny. Slovy klasika: Jsme lidé, nejsme stroje.

www.vsmiep.cz

za odpovědi poděkovala Eva Brixí

Šest krevet je obraz vydražený v Praze za 9,3 milionu korun

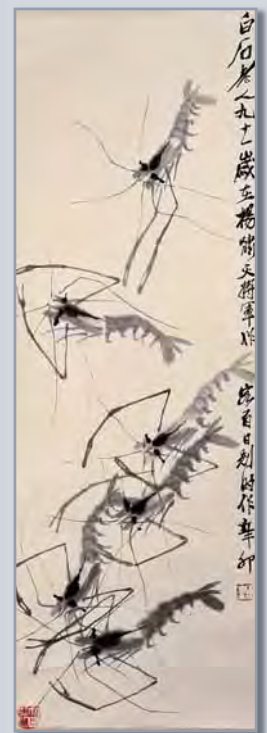
Galerie Arcimboldo vydražila v květnu poklady asijského umění za rekordních téměř 40 milionů korun. Aukce tak potvrdila současný trend, že asiatika, a především pak segment moderní čínské malby, zaznamenávají na aukčním trhu v posledních letech neuvěřitelný cenový růst.

Nejúspěšnějšími položkami nedávné aukce byly obrazy malíře Čchi Paj-še – obraz Šest krevet, který se z vyvolávací ceny 1,8 milionu korun vyšplhal až na prodejní cenu 9,3 milionu korun. Tento obraz má výjimečnou hodnotu díky signatuře a věnování generálu Jang Siao-tchienovi. Jde o nejdražší prodaný čínský obraz v české aukční historii. Úspěšné byly i další tři obrazy od Čchi Paj-še: Vinná réva (vydraženo za 5,2 milionu korun), Lotus (vydraženo za 4,1 milionu korun) a Červené svlačce (vydraženo za 3 miliony), které pocházejí z prestižní sbírky profesora Jaroslava Průška – jednoho z nejvýznamnějších českých orientalistů, zakladatele pražské sinologické školy a spoluzakladatele české japanologie. Tento trend je v souladu s děním na světovém trhu s uměním, kde se Čchi Paj-š (1864–1957), současný nejprodávavější čínský malíř, celkovým obratem za všechny své obrazy zařadil po bok takovým umělcům, jako jsou Pablo Picas-

so či Andy Warhol. V aukci se též objevila výjimečná kolekce deseti obrazů čínských mistrů tušové malby 20. století ze sbírky československého novináře, který dala získal od Liou Tin-tchaa, legendárního pekingského restaurátora a podlepovače.

Zajímavostí celé aukce je původ – všechny nabídnuté obrazy čínských mistrů totiž pocházejí ze soukromých sbírek českých majitelů. Počátky českého sběratelství čínského moderního umění jde vystopovat do 50.–60. let minulého století, kdy se díky intenzivním kulturním vztahům mezi oběma zeměmi u nás dochovala řada kvalitních děl soudobých čínských malířů. Jejich ceny nyní díky ekonomické síle Číny dosahují rekordních výšek. Galerie Arcimboldo je českým aukčním domem, který se jako jediný u nás specializuje na aukce asijského a dalšího mimoevropského umění a prodala deset nejdražších čínských obrazů v ČR. „První specializovaná aukce asiatik u nás, organizovaná Galeríí Arcimboldo, se uskutečnila na podzim 2009 a vynesla 4,7 milionu korun,“ uvádí ročenka časopisu Art & Antiques. „O rok později celkový obrat v tomto segmentu dosáhl částky 30 milionů korun a sedm děl se prodalo za více než milion. V roce 2013 pak sběratelé především za čínské umění na českých aukcích utratili již 120 milionů korun a moderní čínský malíř Čchi Paj-š se stal po Emilu Fillovi autorem s největším počtem milionových položek.“

www.arcimboldo.cz (tz)





Obrovské zázemí leží v tradici podstaty Janských Lázní

Na dovolenou do lázní, dobře spát, zdravě jíst, chodit na procházky, chvilkami odložit své tělo fyzioterapeutům a hlavu nechat jenom snům, vypnout mobil a neotevřít notebook. Také tak občas uvažujete? Pokud to dovolíme, sráží nás totiž profesní starosti na kolena a stres se těší na každou naši chybu. Lázeňská péče a služby jsou jedním z odrazových můstků, jak se nedostat do propasti vlastní nemohoucnosti. Užijme si možností, které máme na dosah ruky, třeba – jezděme do lázní.

Státní léčebné lázně Janské Lázně, státní podnik, vede dnes zkušený manažer, Ing. Rudolf Bubla. V roli generálního ředitele má výborné nápady, smělé plány i chuť je dotáhnout do konce. Naznačil jen stručně:

Janské Lázně jsou státním subjektem, donedávna bez progresivního marketingu. Co jim dnes především chybí a co byste rád v roli generálního ředitele napravil?

Stále jim chybí mnohé, především je to ale jasná a reálná vize do budoucna, která zásadně určuje celé další směřování. Janské Lázně se v minulosti rozvíjely spíše spontánně a nesledovaly žádnou konkrétní představu. Přitom právě taková vize je alfa a omega každé úspěš-

né firmy. Těším se tak na okamžik, kdy ubude improvizace, zavládnou profesionální postupy a generální ředitel bude více leaderem a vizionářem než operativním manažerem.

Čím se naopak lázně mohou pochlubit, v čem je jejich největší potenciál?

Je toho hodně. Proslulá dětská léčebna Vesna je sama o sobě fenoménem. Model komplexní péče o nemocné dítě, doprovázené spolupracujícím členem rodiny, nejčastěji matkou, je jedinečný nejen v Česku, ale i jinde ve světě. Obrovské zázemí leží v tradici podstaty Janských Lázní, v přírodních léčivých zdrojích, zkušenostech týmu lékařů a fyzioterapeutů, ve fantastické okolní přírodě Krkonošského národního parku, turisticky atraktivní oblasti. Stále platí, že Krkonoše jsou nejoblíbenější českou destinací pro zimní sporty a letní horskou turistiku. Toto vše je třeba využít a zhodnotit.

Jakou klientelu byste rád přivedl, jaké služby zavedl a čím nabídku obohatil?

Naše budoucí vize musí být primárně založena na prvotřídním léčení. V tomto směru vidím řadu možností nejenom v rámci České republiky, ale i v aktivní spolupráci se zahraničím. Opíráme se o kvalitní a osvědčené léčebné postupy, to již dnes ale nestačí. Musíme nekompromisně zvyšovat úroveň dalších služeb, a právě v tomto bodě máme velké rezervy. Určitě chceme promlouvat i do oblasti turistické-



Ing. Rudolf Bubla

Těším se tak na okamžik, kdy ubude improvizace, zavládnou profesionální postupy a generální ředitel bude více leaderem a vizionářem než operativním manažerem.

ho ruchu a doplňovat služby tak, aby naše nabídka byla atraktivní pro nejširší veřejnost.

Myslíte si, že i státní lázeňský komplex může úspěšně podnikat?

Samozřejmě, takové příklady existují. Některé procesy jsou sice časově náročnější a komplikovanější než v soukromé sféře, pokud je ale dobře známe, dokážeme s nimi pracovat. Statut státního podniku může dokonce přinášet určitou výhodu, a to především u zahraničních partnerů. Vytváří sám o sobě pozitivní



Je libo túry, wellness nebo procházku?

Aktivní dovolená s chozením po horách, adrenalinové sporty pro dobrodruhy, nebo naopak pomalé plynutí času s masážemi, wellness, bazénem s vířivkami? V Janských Lázních odstartovali týdenní dovolenkové programy pro ty z nás, kteří se v názorech na ideální společnou dovolenou poněkud rozcházejí.

Sympatické na těchto pobytech je právě možnost, s jakou si svůj čas, trávený v lázeňském a současně horském prostředí, můžete kombinovat. Milovníci výšlapů ocení nádhernou přírodu Krkonoš s nepřehledným množstvím stezek a malebných turistických cílů, které jim každý den nabídnou novou a neopakovatelnou horskou scenerii. Adrenalinoví nadšenci nebudou vědět, kam – nebo z čeho – dřív skočit, protože budou muset vybírat mezi lanovým centrem, bobovou dráhou,

terénními čtyřkolkami, paintballem, paraglidingem nebo horskými koloběžkami, na kterých si sjedou Černou horu. A pokud náhodou nepatříte mezi milovníky turistiky ani adrenalinu, můžete tu celé dny trávit příjemným životem – masážemi, ve wellness, plaváním v aquacentru nebo posezením v lázeňských kavárnách. Ať tak, nebo tak, v ceně týdenního programu vždy absolvujete tři klasické masáže a tři perličkové koupele a další lázeňské procedury pořídíte za bezkonkurenční ceny.

Program obsahuje:

- 8 dní a 7 nocí s polopenzí
- volný vstup do špičkového Aquacentra
- parkování, Wi-Fi, lázeňské poplatky
- 3x klasickou částečnou masáž a 3x perličkovou koupel

Další služby se slevou:

- 15 % na další lázeňské procedury
- 10 % na Tourpas

Týdenní dovolenou si v Janských Lázních můžete dopřát až do 5. října. Pobyt pořídíte velmi výhodně, včetně ubytování a polopenze za něj zaplatíte od 6370 korun.

Zdejší teplé minerální prameny se využívají při léčbě pohybových, neurologických, onkologických a respiračních onemocnění. Světovou proslulost získaly v 1. polovině 20. století úspěšnou léčbou následků dětské obrny a staly se tak první léčebnou svého druhu v Evropě. www.janskelazne.com



renomé, těšíme se zvýšené důvěře. Velmi pozitivně se zde například odráží kvalitní podpora státní agentury CzechTourism.

Dá se předpokládat, že by se někdy lázeňské procedury obecně mohly stát určitou tělesnou hygienou, součástí životního stylu, kulturou, která bude patřit časem k samozřejmostem a bude součástí prevence vůči civilizačním chorobám?

Ano a již se to také několik let děje. Vidíme, jak rok od roku vzrůstá počet samopláteckých klientů, kteří investují do svého zdraví, do prevence, a učí se do lázní jezdit jak za zdravím, tak za aktivním trávením volného času. V posledních letech zaznamenáváme stále více těch, kteří dávají přednost pobytu v českých lázních před zahraniční dovolenou, pasivně „proleženou“ u moře.

Jak k takovému vnímání člověka přivést?

To je primárně o marketingu a o světě. Pro příklady nemusíme chodit daleko, stačí se podívat do sousedního Německa, které je lázeňskou velmocí. Velkou roli v tomto směru hraje také koncept státní politiky. Lidská populace stárne, demografické modely jsou neúprosné. Pochopitelně narážíme i na souvislosti s penzijním zaopatřením, se způsobem financování lázeňské péče, s udržením pracovního věku, prodloužením doby odchodu na penzi.

Velký prostor váš obor nabízí i podnikatelské a manažerské veřejnosti, lidem, které pronásleduje stres a stálá frustrace. Co byste jim u vás dnes doporučil? Budou některé speciální programy v Janských Lázních právě pro tuto klientelu?

To je volně pokračování předchozí otázky. Nejen prací je člověk živ a pro kvalitní repro-

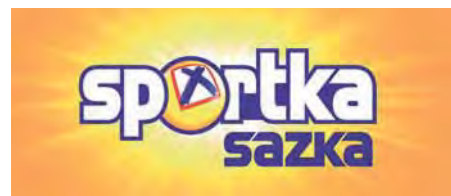
dukci sil je nezbytné, aby dokázal aktivně odpočívat. Naše lázně mají obrovskou výhodu v tom, kde se nacházejí – v jedinečné lokalitě nejnepopulárnějších hor v Česku. Toho jsme si vědomi a nabízíme i pobyty kombinující aktivní odpočinek s léčebnou péčí a horskou turistikou podle individuálních schopností a preferencí. Nabídka pro samopláteckou

klientelu, která chce dopředu čelit možným problémům spojeným se stresem z pracovní zátěže, již dnes začíná tvořit jeden z našich nabídkových pilířů.

za rozhovor poděkovala Eva Brixl



O krásném sázkovém adrenalinu



Horká neděle mne odrazuje od těžké fyzické rachoty na zahradě. Sedím jen tak u stolu pod slunečníkem a přemýšlím, jak to udělat, abych už pracovat tolik nemusela, ale naopak si mohla místo denní operativy užít zdánlivě nicnedělání třeba vhodným rozložením investic, bavit se vizemi a plány... Jednoznačně mi vychází, že bych měla oslovit imaginární štěstí stejně tak, jako to zkouší sem tam vlastně každý. Štěstíčko je vrtkavé. A náhody existují, to mi nikdo nevymluví. Z diáře lovím prázdný tiket Sportky a bezhlavě křížuju, čísla vybírám nezaujatě, jak mi přijdou po ruku, naprosto bezmyšlenkovitě zaškrtávám. Tak strašně bych chtěla zkusit, jaké to je, když člověk vyhraje!

Je 8. června 2014 a já vím, že právě toto datum je pro SAZKU unikátní – oslavila totiž čtyřtisící losování Sportky. Od roku 1957 podali sázející zhruba 16 miliard a 300 milionů sloupečků Sportky a na výhrách jim bylo vyplaceno přes 66 miliard korun.

Václav Friedmann, tiskový mluvčí SAZKY sázkové kanceláře, a. s., mi na otázku, zda by chtěl vyhrát také, o pár dnů později odpověděl, že zcela určitě: „Člověk by si tím srovnal trochu životní tempo, poplatil hypotéku a podobné záležitosti, a trochu volněji by se pak dýchal, byl by větší prostor k realizaci

nápadů, byl by volný kapitál...“ Souhlasím s ním a neházím flintu do žita. Když nevyhraji tentokrát, zkusím to příště. Třeba i za ten krásný adrenalin to stojí. „Sportka se i v historii vždycky vyvíjela a přicházela s novinkami. A SAZKA chce samozřejmě v trendu pokračovat, důkazem může být nedávná změna herního plánu, který zavedl například jackpot i ve druhém pořadí,“ komentoval novinku Robert Chvátal, generální ředitel SAZKY sázkové kanceláře. Původně se například v roce 1957, kdy „sportka“ vznikla, losoval jen jeden tah, možnost vsadit dodatkové číslo přišla až po pěti letech, a druhý tah byl pak zaveden až v roce 1965.

Možnost vyhrát jackpot mají lidé až od roku 1993. A 1031 sázejících si díky tomu mezi sebe už rozdělilo více než 12 miliard korun.

Avšak i losování procházelo úpravami, v 60. letech se první tah losoval na různých místech republiky v přestávce sportovního utkání, později se usídlilo v Československé televizi. Pak se losování přestěhovalo přímo do studia SAZKY, kde se míčky v osudí točí od roku 1996 pravidelně vždy ve středu a neděli.

Jak přesně vznikl název loterie, v tom odborníci zajedno nejsou. V úvahu přichází anglické slovo „lot“ – označení losu, germánské „hlot“ – losování cen nebo francouzské „lot“ – osud, úděl. Kořeny názvu hry Sportka jsou mnohem jasnější.

V roce 1957 byl zahájen příjem sázenek na hru podle německého vzoru, kde se tipovalo 6 čísel ze 49, a cena jedné sázky byla 3 koruny. Na historicky prvních sázenkách byl vždy u čísla napsán také název jednoho sportu, a právě z tohoto pochází název Sportka. A jaké sporty byly přiřazeny k jednotlivým číslům? Tak třeba k její milované osmičce to byla horská služba,

k 18 kuželky, ke 48 zápas, k 39 šachy a 49 dostala základní tělesnou výchovu.

V roce 1957 byla maximální výše výhry pro první pořadí omezena na 40 000 korun.

V současnosti je Sportka nejpobulárnější loterií. Přináší vzrušení a potěšení ze hry každý týden téměř polovině dospělých u nás a v době vysokých jackpotů lze s nadsázkou říci, že zaváhá málokdo. Od 21. května je ve Sportce zaveden i jackpot ve druhém pořadí – jeho prvním majitelem se stal sázející z Teplic, který v pátém sloupečku

své sázenky uhodl ve druhém tahu Sportky pět vylosovaných čísel ze šesti a k tomu číslo dodatkové. Výhra činila 1 539 270 korun. Tento výherce se stal u SAZKY letos už 34. milionářem. Když oehdy losoval ve studiu SAZKY Jaromír Jágr, padl jackpot 250 000 korun. Jako jeden z nejpobulárnějších Čechů při té příležitosti prozradil, že jeho šťastná čísla jsou 7 a 15. „Od letošního února jsme odměnili více než 8300 výherců, a to za sázku, kterou zákazníci SAZKAmobilu uzavřeli zároveň při dobžení svého kreditu,“ uvedl Jan Schmiedhammer, ředitel SAZKAmobilu. Ten má již 50 000 spokojených klientů.

CO VÁM PŘINÁŠÍ SPORTKA A JAK V NÍ NEJLÉPE VYHRÁT?

0,25 % vyšší výhry ve všech pořadích

1. pořadí dříve: 12 300 000 Kč	+ 25 %	1. pořadí teď: 15 400 000 Kč
--------------------------------	--------	------------------------------

Miliónová výhra i ve 2. pořadí díky jackpotu

2. pořadí dříve: 800 000 Kč	Jackpot	2. pořadí teď: 1 000 000 Kč
-----------------------------	---------	-----------------------------

Dvakrát vyšší výhry ve hře Sance a v šestém pořadí ještě více

2. pořadí dříve: 50 000 Kč	+ 100 %	2. pořadí teď: 100 000 Kč
----------------------------	---------	---------------------------

6. pořadí dříve: 20 Kč	+ 150 %	6. pořadí teď: 50 Kč
------------------------	---------	----------------------

JEŠTĚ VYŠŠÍ VÝHRY PRO JEŠTĚ VÍCE MILIONÁŘŮ





Náš sen? Parádní bydlení, nebe nad hlavou, nový business, nebo... Nebo rodina v pohodě

Foto Shutterstock

„SAZKA mobil se stal nejrychleji rostoucím nezávislým operátorem na trhu. Důkazem je nejen počet aktivních karet, ale i fakt, že průměrné dobití na terminálech SAZKY je u SAZKA mobilu o 20 procent vyšší než u konkurenčních SIM karet,“ komentoval skutečnost Robert Chvátal. Motivace k tomu, aby lidé těžili z inovací SAZKY, je velká. Například k plnému tiketu, tedy vyplněným 10 sloupcům se Šancí, nabízí SAZKA od středy 21. května možnost vyhrát v každém losování tři auta Škoda Yeti Outdoor. Šanci na věčnou prémii za více než 400 000 korun má automaticky každý, kdo si vsadí na střední, nedělní nebo mimořádné losování plný tiket Sportky. Speciální akce potrvá do 13. července a mezi šťastlivce se rozdělí mnoho desítek automobilů.

Jinou a velmi výraznou pobídkou se stal nový portál pro dialog se zákazníky pojmenovaný SAZKA Svět. Jeho cílem je posílit aktivní komunikaci se svými příznivci.

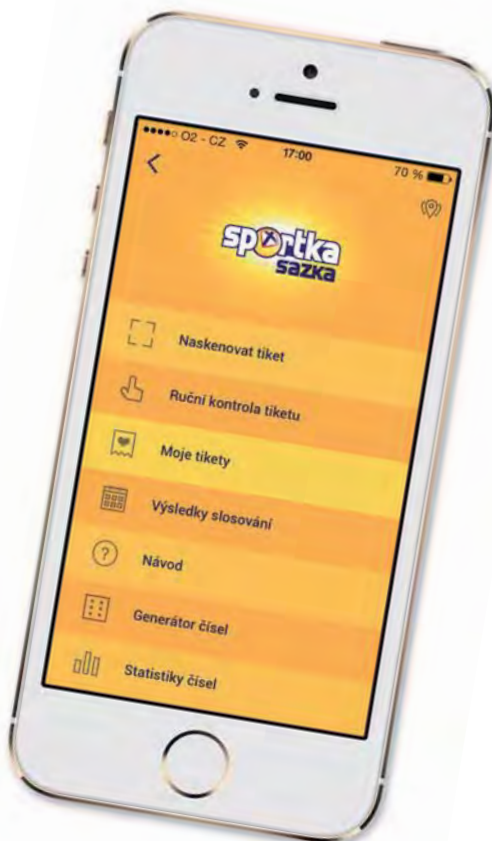
„SAZKA není jen o sázení, je zejména o snech a radosti. Generujeme spoustu zajímavých témat z oblasti sportu, ze světa her, známe příběhy výherců. SAZKA Svět je přesně ten prostor, kde tento obsah můžeme sdílet a zároveň do jeho tvorby zapojit naše zákazníky a fanoušky,“ vysvětlil Robert Chvátal.

SAZKA Svět kromě aktualit z prostředí loterií nabídne například rozhovory se slavnými osobnostmi, příběhy výherců zahraničních loterií, pohledy do historie sportu i číselných her nebo videa točená přímo v ulicích českých a moravských měst. Informace z oblasti sportu budou zaměřeny zejména tam, kde SAZKA pomáhá, tedy k aktivitám Českého olympijského výboru a České olympijské nadace.

„Média jsou dnes přehlčena negativními zprávami. SAZKA i její příznivci naopak neustále vytváří ohromné množství pozitivních příběhů, které chceme prostřednictvím portálu sdílet s ostatními – a do kterých se mohou všichni aktivně zapojit svým názorem,“ dodal tiskový mluvčí SAZKY Václav Friedmann.

Každý měsíc se portál zaměří na jedno aktuální téma, které redakčně zpracuje a se kterým bude v průběhu měsíce dále pracovat na bázi crowdsourcingu. „Chceme navázat aktivní vztah s návštěvníky i našimi fanoušky v sociálních sítích, průběžně články aktualizovat a doplňovat o zkušenosti ostatních, hodně se zaměříme i na multimediální obsah,“ rozkryl vizi Václav Friedmann.

O co všechno tedy v komunikaci SAZKY dnes jde? Snaží se především sdílet, že vyšší vklady generují také vyšší výhry, že je větší šance stát



Aplikace SAZKA pro smartphony

tranetkomunikaci i školení zaměstnanců. Na trh byl uveden rovněž nový symbol Sportky – okřídlené míčky štěstí. S nimi se setkáte na každém kroku, někteří je již důvěrně znají. V červnu můžete spatřit nad hlavou prosvětlené balony létajícího štěstí. A pak už jen chtít...

Důraz je kladen na co nejvyšší kreativitu týmu SAZKY i externích subjektů, umění jasného sdělení. V komunikaci se cení nápad, v realizaci pak prostor nápadu daný.

Další inovace v produktové řadě, technologiích i samotných marketingových a mediálních aktivitách budou pokračovat. Chystá se úprava losovacích pořadů a také například silná pozitivní kampaň k posílení image SAZKY.

Velký význam se přikládá digitálnímu prostředí, jako je například platforma Sazimesportku.sazka.cz, mobilní aplikace SAZKA, komunitní hra Mega v ruce.

Co víc si přát? Snad jen to, aby se to štěstí usmálo právě na nás.

s využitím pramenů SAZKY
připravila Eva Brixi ■■■

VYŠŠÍ VÝHRY, VĚTŠÍ ŠANCE STÁT SE MILIONÁŘEM

ZA 20 Kč MILIONÁŘI I V DRUHÉM POŘADÍ
Vyšší vklady přinášejí vyšší výhry. Díky jackpotu ve 2. pořadí nyní ještě větší šance stát se milionářem.

Spiňte si svůj sen!

Stáhněte si aplikaci a zjistěte, jestli vyhráváte.

sportka sazka

CHYŤTE SI YETIHO ZA PLNÝ TIKET ŠKODA YETI

V každém slosování Sportky nyní můžete vyhrát tři vozy Škoda Yeti.
Ně kde si vsadit!

sportka sazka

Bud' můj, ale vzdělaný zaměstnanec

Vzdělávání zaměstnanců ve firmách nabývá na důležitosti. Přestože v něm v minulosti Česká republika zaostávala, dnes se může kvalitou a úrovní vzdělávacích procesů vyrovnat některým evropským zemím. Zájem o vzdělávání pracovníků ze strany zaměstnavatelů navíc stále roste. Podle odborníků do něj současné firmy investují až několik miliard korun ročně.

Priorita vzdělávání se v Česku drží stále vysoko, což platilo i v době krize, úspor a škrťů státních rozpočtů. Podle odborníků tehdy vznikl trend využívat méně externích agentur a mimo certifikovaných oborů se více soustředit na interní kapacity. „Firmy v současnosti investují i desítky milionů korun do vlastních vzdělávacích center, interních lektorů a koučů,“ uvedl Pavel Hulák, ředitel Klubu zaměstnavatelů, který se podílí na rozvoji vzdělávání na všech úrovních. Podle něj tento trend pokračuje a lze ho pozorovat u různých typů tuzemských, ale i zahraničních firem působících na českém trhu. „Celkové investice do vzdělávání zaměstnanců se v České republice ročně pohybují v řádech jednotek miliard korun. Oproti jiným oblastem je daňové nastavení u vzdělávání příznivé, což je pro zaměstnavatele

motivující,“ dodal Pavel Hulák. Ačkoliv stát motivuje zaměstnavatele ke vzdělávání svých pracovníků daňovým zvýhodněním, možnosti uplatnit studium v základu daně z příjmu jako výdaje na odborný rozvoj zaměstnanců nevyužívá mnoho firem. „V současné době zaměstnavatelé přispívají či hradí studium pouze 11 % našich studentů. Toto číslo se však postupně zvedá, neboť zaměstnavatelé si stále více uvědomují nutnost vzdělávání svých zaměstnanců,“ sdělil Ivo Ducheček, ředitel společnosti Business Institut, která je největší MBA školou v ČR.

Vzdělávání zaměstnanců se v současné době primárně věnují firmy s větším počtem pracovníků, které jsou stabilní, tvoří dlouhodobé plány rozvoje a jsou také ochotny za vzdělávání zaplatit z předem vyčleněného rozpočtu. Naopak malé podniky ve většině případů svým pracovníkům další vzdělávání neumožňují. „Zatímco menší podniky chtějí nabrat již kvalifikované a připravené zaměstnance, které mohou bez dalšího vzdělávání uplatnit v praxi, velké firmy kladou větší důraz na kontinuální rozvoj pracovníků,“ řekla Jana Brabcová, viceprezidentka Asociace institucí vzdělávání dospělých ČR. „Firmy jsou ochotny platit především za školení takzvaných tvrdých dovedností, která jsou zaměřena na zvyšování odbornosti, bez níž zaměstnanci nemohou práci vykonávat. Naopak školení měkkých dovedností jsou považována za nadstavbová

a zbytečná, přestože právě tyto interpersonální dovednosti často rozhodují o úspěchu firmy na trhu,“ doplnila Jana Brabcová s tím, že zaměstnavatel většinou potřebná školení zaměstnanců platí v plné výši, často s podporou evropských fondů, a finanční podíl zaměstnanec se někdy vyžaduje například u jazykových kurzů. Zaměstnavatelé si uvědomují, že prostřednictvím kurzů a školení zvyšují odbornost pracovníka a zároveň jeho možnosti uplatnění na trhu práce. Proto se snaží zaměstnance, kterým hradí vzdělávání, udržet ve vlastní firmě, a kladou si různé podmínky. „V případě úhrady či příspěví na studium MBA společnosti často podmíní takový příspěvek například tím, že zaměstnanec musí pro danou korporaci pracovat minimálně tři roky, v opačném případě si musí studium uhradit sám. Zaměstnavatel tak má jistotu, že kvalitní zaměstnanec zůstane další tři roky součástí jeho firmy,“ vysvětlil Ivo Ducheček. Na opatření podniků proti odchodu proškolených zaměstnanců upozorňuje také Jana Brabcová: „Občas se stává, že při zvyšování kvalifikace je zaměstnavatel sice ochoten zaplatit kurz, ale nemá již zájem na vydání certifikátu, aby zaměstnanec neodešel jinam. To je však záměna příčiny a následku. Fluktuace těchto zaměstnanců závisí i na dalších faktorech, jako je třeba výše mzdy nebo firemní kultura, což bývá často opomíjeno.“ (tz)

INZERCE

PO KAPITALISMU PŘICHÁZÍ NOVÁ ÉRA: TALENTISMUS

To jediné, na čem dnes záleží, jsou lidé. Můžete nabízet skvělou službu nebo výrobek, ale bez správných lidí je neprosadíte. Zaveďte správné pracovní modely, najděte nejlepší talenty a rozvíjejte je.



ManpowerGroup
Solutions

Specializovaná outsourcingová řešení pro lidské zdroje.



Manpower

Agenturní zaměstnávání a recruitment. Řízení lidských zdrojů.



Experis
ManpowerGroup

Vyhledání specialistů v IT, inženýringu, financích a managementu. Projektová řešení.



Right
Management
ManpowerGroup

Talent management. Outplacement. Career management.



ManpowerGroup

www.manpowergroup.cz

Pražské Puškinovo náměstí zdobí básníkova busta

Poezie sice nemá na růžích ustláno a svět technologií krásné slovo zahnal do kouta, ale jméno jednoho z největších světových literárních velikanů Alexandra Sergejeviče Puškina zná každý. Jeho obdivovatelé se mu mohou poklonit nyní v našem hlavním městě. Od 6. června stojí na Puškinově náměstí v pražské Bubenci busta tohoto proslaveného ruského básníka jako vzpomínka na jeho genialitu i projev úcty k jednomu ze zakladatelů moderní ruské literatury.



Puškinovu bustu slavnostně odhalili (zleva) zástupce starostky Prahy 6 Bc. Petr Ayeboua, prezident RČSOK JUDr. Vladimír Ermakov, CSc., Velvyslanec Ruské federace v ČR Sergei Borisovič Kiselev a autor díla Vladimír Alexandrovič Surovcev

Nádherné umělecké dílo bylo odhaleno u příležitosti 215. výročí narození A. S. Puškina za účasti velvyslance Ruské federace v ČR Sergeje Borisoviče Kiseleva, představitelů Městské části Praha 6, Rusko-české smíšené obchodní komory a jejího Nadačního fondu, a tvůrce díla, ruského sochaře Vladimíra Alexandroviče Surovceva.

Zbudování Puškinova pomníku na stejnojmenném náměstí bylo jedním z prvních počínů Nadačního fondu Rusko-české smíšené obchodní komory. Přispěly také společnosti LUKOIL Czech Republic, Rosatom Overseas, ČKD Asset a Partnerský region Prahy 6-Vasileotstrovskij rajon S. Peterburgu. Je to absurdní, ale na Puškinově náměstí jakýkoli symbol této osobnosti ruské kultury dlouho chyběl. Zhruba před třemi lety se uvažovalo o zhotovení sochy, ale nakonec se Praha 6 při jednáních s RČSOK a jejím Nadačním fondem přiklonila k jiné variantě v podobě zmíněné busty výtvarníka Surovceva.

Každý, kdo na Puškinovo náměstí nyní zavítá, jistě sám uzná, že umístění této zdařilé výtvarné práce zde bylo dobrým počinem. Dílo v hodnotě něco přes milion korun dokumentuje nejenom zájem Rusko-české smíšené obchodní komory o podporu vzájemného obchodu a rozvoj podnikatelských aktivit ruských a českých firem, ale také o další formy spolupráce. Konec konců je to také šestý pražský obvod, kde Komora a její Nadační fond sídlí, stejně jako i velvyslanectví Ruské federace v České republice. Věřme, že diskuze na téma Puškinův pomník jako neprůhledný dar Praze 6 brzy ztratí na aktuálnosti a Pražané je tak jako tak nebudou brát vážně.

Jiří Novotný ■■■



Před Puškinovou bustou recitovali jeho básně finalisté festivalu ARS Poetica – Puškinův památník



Puškinův památník v sevření jeho příznivců

Zlato

do nových dimenzí



Zlato je symbol pokroku: umožňuje fungování internetu, zachraňuje lidské životy. Povede další technologickou revoluci? Zlato je drahý kov, který se po staletí používá pro dekorativní účely a poutá pozornost světové finanční veřejnosti, nicméně díky svým jedinečným chemicko-fyzikálním vlastnostem stojí i za lidským pokrokem. Čím je jedinečné? Zlato je tepelně i elektricky velmi dobře vodivé a je mimořádně trvanlivé a odolné vůči povětrnostním i chemickým vlivům. Z těchto důvodů tento kov dominuje nejen v elektrotechnice a počítačovém průmyslu, ale v poslední době i v medicíně či oblasti ochrany životního prostředí.

Jedna unce zlata může být díky výjimečné kujnosti tohoto kovu rozprostřena do průsvitného listu o tloušťce 0,00018 cm pokrývající 9 m² nebo vytáhnuta do drátu o délce 80 km. Jen pět mikrometrů v průměru, tak uzoučký lze ze zlata vyrobit drát, jenž je až 20krát tenčí než lidský vlas. Pro laika to je informace těžko představitelná, ale vědci zlato posouvají dále do nových dimenzí.

Budoucnost: flexibilní, ohebná a rozpustná elektronika

„Zlato ve spojení s ostatními materiály umožňuje fungování internetu a pomáhá kosmonautům z NASA zajistit jejich bezpečnost ve vesmíru, chrání je totiž proti radiaci a vysokým teplotám. Jeho užití jako klíčového nanomateriálu nabízí nová řešení četných globálních výzev v oblasti zdraví a životního prostředí,“ uvedl Martin Bouša, Marketing Executive ve společnosti SAFINA se zodpovědností za inovace, a dodal: „Mnoho institucí a komerčních společností dnes pracuje například na tzv. flexibilní elektronice, založené na kombinaci grafenu se zlatem, a jejím uvedení do komerčního provozu. Grafen je forma uhlíku strukturou podobná grafitu, je to nejpevnější známý materiál na světě. Flexibilní

elektronika bude mít obrovský přínos pro zdravotnictví a s její pomocí bude možné také integrovat solární panely do oblečení.“

Globální roční spotřeba zlata v elektrotechnice dosahuje 300 tun za rok. Díky vysoké odolnosti proti korozi a dobré schopnosti vést elektrický proud je nepostradatelnou součástí nejmodernějších bezpečnostních a výkonnostních aplikací. Jedním z příkladů současné a budoucí inovace je vodivý inkoust z nanočástic zlata pro plastovou elektroniku. Zlato je v tomto oboru používáno pro svůj nízký elektrický odpor, celkovou odolnost vůči korozi a vysoký stupeň spolehlivosti. Zlato má zásadní funkční přínos pro vizuální zobrazovací technologie – dotykové obrazovky, a má enormní potenciál pro špičkové technologie skladování dat, jako jsou pokročilá flashová paměťová zařízení.

V USA a Asii se dnes do komerčního provozu postupně dostává tzv. flexibilní elektronika, jež využívá drát ze zlata o tloušťce několika stovek nanometrů jako vodič pro propojení polymerních nebo grafenových součástek. Tuto elektroniku pak bude možné zavést do těla, kde bude monitorovat životně důležité funkce pacienta nebo varovat před potenciálními zdravotními problémy, a dokonce se po skončení doby funkčnosti nebo po ukončení monitorování sama v těle rozpustí, vstřebá. Další oblastí pro využití jsou flexibilní solární panely, které bude možné integrovat například do oblečení.

Zlato chrání životní prostředí

Katalytické vlastnosti zlata umožňují zrychlit tempo chemických reakcí, aniž by bylo spotřebováno, takže je důležitou součástí řady průmyslových procesů. Zlato je také předmětem výzkumu a testování či homologace jako nová

aktivní složka autokatalyzátorů pro dieselové motory, u nichž snižuje emise NO_x. „Zlato v podobě nanočástic je na rozdíl od zlata větších rozměrů velmi katalyticky aktivní, a navíc chemicky stabilní při vysokých teplotách. Nanočásticový Au katalyzátor s příměsí platinových kovů vyvinula americká společnost Nanostellar a dosavadní homologační testy ukazují vyšší účinnost o 40 % oproti klasickým platinovým katalyzátorům. Projekt je financován World Gold Council a ukončení homologací se očekává v průběhu roku 2015,“ komentoval Martin Bouša.

Malárie, rakovina, AIDS – zlato napomáhá zachraňovat lidské životy

V oblasti medicíny se zlato používá v zubním lékařství nebo pro různé implantáty již několik tisíc let. Lidské tělo ho totiž přijímá zcela přirozeně a jeho intaktnost zabraňuje infekcím, i z tohoto důvodu se například používá pro implantáty do vnitřní části lidského ucha nebo očních víček. V současné době roste jeho role především v diagnostice nemocí pomocí RDT testů (Rapid Diagnostic Tests) a léčbě rakoviny. „Díky nanočásticím zlata je možné například jen z jedné kapky krve diagnostikovat malárii. Podle Světové zdravotnické organizace bylo v roce 2011 prodáno až 155 milionů těchto testů. Zlato také přispívá k péči o pacienty trpící nemocí AIDS a pracuje se na zlepšení diagnostiky této nemoci. Rovněž se využívá pro odhalení raného stádia rakoviny a její následné léčby,“ upřesnil Martin Bouša.

Zlato součástí vesmírného objevu

Zlato je extrémně kujné, a může být tedy roztaženo do mikroskopické „tloušťky“. Technikou naprašování ve vakuu je zlato deponováno na daný povrch, aby bylo možné vytvořit tenké vrstvy zlata pro pokročilé inženýrské aplikace. „Takto nanášené vrstvy zlata využívá mimo jiné například NASA pro jeden ze svých plánovaných teleskopů. Primární zrcadlo teleskopu bude složeno z 18 šestiúhelníkových segmentů, které budou potaženy mikroskopickými vrstvami zlata. Teleskop bude uveden do provozu v roce 2018 a bude sloužit pro prozkoumání prvních galaxií vytvořených ve vesmíru. Zlato poslouží jako účinný reflektor infračerveného světla,“ uzavřel Martin Bouša. (tz)





Za prací i zábavou s jedinečným výhledem

Praha | Hotel Jalta je díky své poloze uprostřed metropole ideálním místem pro pořádání konferencí, kongresů, banketů či jiných společenských akcí. Pro tyto příležitosti má k dispozici celé klimatizované konferenční patro s moderním vybavením a stylovým designem, jehož celková kapacita činí 330 osob. Největší kongresová hala pojme až 150 lidí a do všech konferenčních místností má přístup denní světlo. Konferenční prostory v prvním patře, do nichž vede působivé točité schodiště, navíc disponují velkým foyer a terasou. Ta je díky jedinečnému výhledu na Národní muzeum a Václavské náměstí skvělým místem pro uspořádání privátní party či večere. O jejich zdařilý chod se postará catering v režii prvotřídní hotelové restaurace COMO. V případě, že chcete svým klientům zpestřit průběh konference či obchodního jednání, nebo pokud hledáte zajímavé místo pro welcome drink či výjimečnou historickou prohlídku, pak vám jsou k dispozici unikátní

Proč si vybrat konferenční prostory boutique hotelu Jalta

- centrální lokalita/Václavské náměstí
- snadná dostupnost městskou hromadnou dopravou
- kongresová místnost s kapacitou 150 osob/celková kapacita 330 osob
- denní světlo ve všech konferenčních místnostech
- foyer s terasou a výhledem na Václavské náměstí a Národní muzeum
- konferenční patro plně klimatizováno
- parking v garáži
- moderní technické vybavení
- catering zajištěn prestižní COMO Restaurant & Café



prostory dříve utajovaného protiatomového krytu, jenž se nachází pod hotelem. Bunkr pochází z padesátých let minulého století a v případě vypuknutí třetí světové války zde mohl sídlit krizový štáb zemí Varšavské smlouvy. Po náročném pracovním dni či vydařené oslavě nabízí hotel Jalta ubytování v 94 stylových

klimatizovaných pokojích (ve třech standardech – superior, superior de luxe a apartmá), v nichž nechybí audio věž či reprosoustava pro iPhone. V koupelnách je pak připraven bohatý výběr toaletních potřeb včetně kosmetiky značky L'Occitane. Jeden pokoj je navíc speciálně upraven pro hendikepované hosty. >lum



Okouzující boutique hotel nabízí nádherný výhled na Václavské náměstí a Národní muzeum

- V centru Prahy přímo na Václavském náměstí
- Národní kulturní památka patřící do Seznamu světového kulturního dědictví UNESCO
- 94 designových pokojů kombinujících luxus a komfort
- Bezplatné Wi-Fi
- Nejvyšší kvalita 100% egyptského bavlněného ložního prádla
- Francouzská kosmetika L'OCCITANE
- Fenomenální COMO Restaurant & Café
- Originální sitotisk Franze Kafky od Andyho Warhola v hotelové lobby
- Atrakce – podzemní protiatomový bunkr z 50. let 20. století vybudován pro krizový štáb zemí Varšavské smlouvy

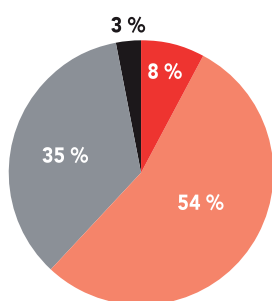


Většina z nás nakupuje zboží podle značek

Téměř dvěma třetinám Čechů záleží na značkách! Pozornost jim přitom vůbec nevěnují jen tři procenta z nás. Kdo by si ale myslel, že si na konkrétní značky potrpí více ženy než muži, ten by se mýlil. Vysloveně důležitá je totiž značka pořizovaného zboží jen pro každou dvacátou ženu, ale pro každého desátého muže. Muži jsou navíc svým oblíbeným značkám více věrní. Ukázal to průzkum, který pro společnost Cetelem v březnu realizovala agentura Stem/Mark na vzorku 507 respondentů.

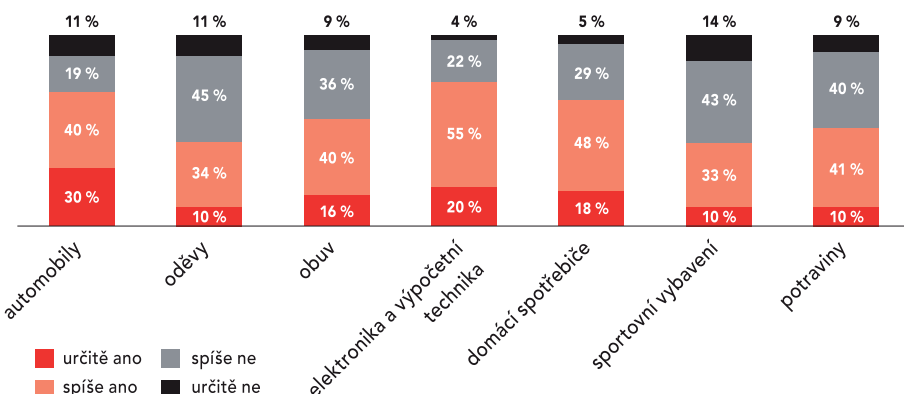
Průzkum ovšem také zjišťoval, proč Češi určité značky preferují. Drtivá většina z nás očekává vyšší kvalitu zboží a služeb (87 procent). Každý pátý upřednostňuje ty značky, které ho naučili nakupovat rodiče. Každý desátý uvádí jako důvod členské karty. Více se přitom jimi nechávají ovlivnit ženy (15 vs. 6 procent). Muži zase častěji kupují zboží určitých značek kvůli společenské prestiži. Příznává to každý desátý. V případě žen motivuje pocit vyššího sociálního statusu k ná-

Je pro vás důležitá značka zboží?



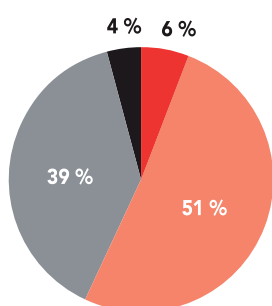
určitě ano, spíše ano, spíše ne, určitě ne

Kupujete zboží těchto kategorií podle značek?



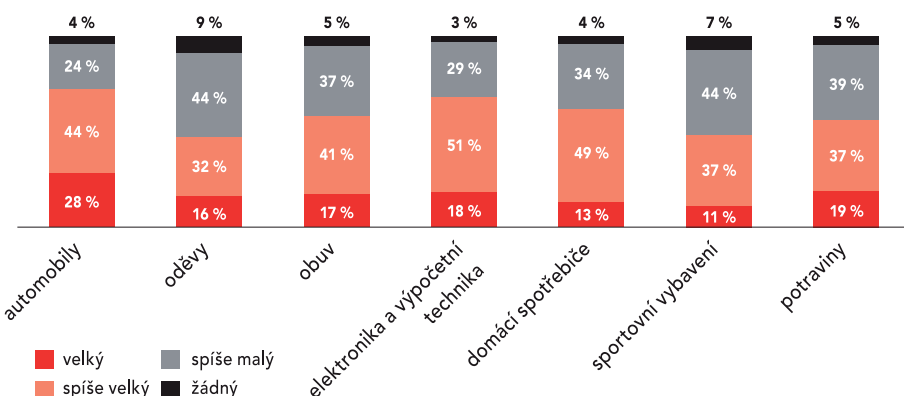
určitě ano, spíše ano, spíše ne, určitě ne

Jste značkám věrní?



určitě ano, spíše ano, spíše ne, určitě ne

Jak vnímáte rozdíl mezi značkami u těchto kategorií zboží?



velký, spíše velký, spíše malý, žádný

kupu jen každou padesátou. Největší rozdíl vnímají Češi mezi značkami automobilů. Jako velký či spíše velký ho vidí téměř tři čtvrtiny z nás.

Naopak odlišnosti vůbec nespatřují jen čtyři procenta. Podle značky si vůz vybírá 30 procent lidí, výrazný vliv má na dalších 40 procent. Značka automobilu je přitom více důležitá pro muže.

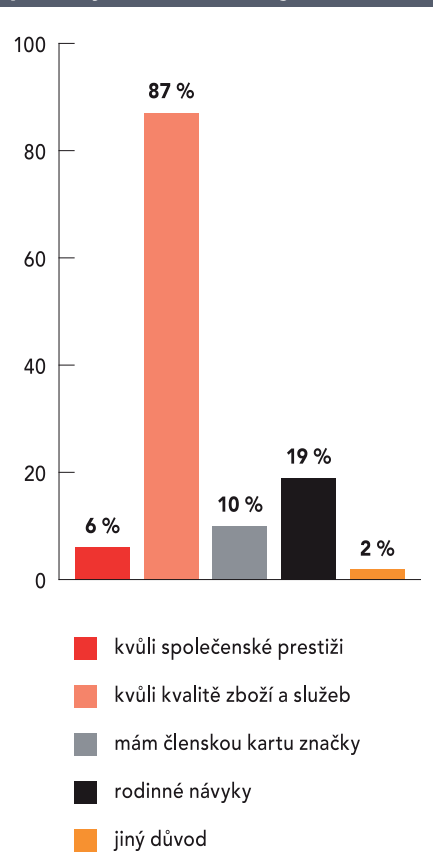
Češi se řídí více značkami při nákupu bot než potravin

Z průzkumu dále vyplynulo, že Češi vnímají téměř stejně rozdíl mezi značkami obuvi jako mezi značkami potravin. Vyjádřila se tak více než polovina dotázaných. Při samotném nákupu je pak značka obuvi více důležitá pro muže (18 vs. 13 procent), což může být dáno tím, že obvykle mívají méně párů než ženy. Zarážející však je, že značka bot je pro Čechy více důležitá než značka potravin! V případě obuvi se totiž vysloveně značkou řídí 16 procent dotázaných, v případě potravin však jen každý desátý. A zatímco obuv si vybírají podle značky více muži než ženy, v případě potravin je tomu naopak (14 vs. 7 procent).

U oblečení se při nákupu značkou řídí stejně jako u potravin každý desátý, větší vliv má na dalších 34 procent. Podobně jako v případě bot i u oblečení platí, že muži si na značkové oblečení potrpí více než ženy (12 vs. 8 procent). V případě oděvů přitom vnímá rozdíl mezi značkami jako významné téměř polovina z nás.

(tz)

Z jakých důvodů preferujete určité značky



Elektronicky komunikuje s úřady jen 28 procent Čechů

Podle nedávno zveřejněného šetření Českého statistického úřadu (ČSÚ) pouze 28 % obyvatel České republiky využilo loni ke komunikaci s veřejnou správou internet. V naprosté většině těchto případů lidé jen hledali na stránkách úřadů informace. Dostupné formuláře on-line podalo pouze 7 % jednotlivců. Ministerstvo vnitra chce toto číslo změnit. Lidé by do konce roku 2020 měli mít možnost řešit 85 % komunikace se státní sférou elektronicky.

Česká republika v tomto směru pokulhává za ostatními evropskými zeměmi a v šetření skončila šestá od konce. Lépe si vedli například Slováci nebo Kypřané. Nejčastěji komunikují s úřady elektronickou cestou Dánové, kteří internet využijí v 85 % případů. „Čísla vypovídají především o tom, jak kvalitní služby v této oblasti veřejný sektor lidem nabízí. Zajištění elektronické komunikace s úřady má dvě roviny. Tou první je samotná funkčnost řešení, druhou je pak snadnost jeho používání. A to jak na straně úřadů, tak na straně občanů. Často se setkáváme s případy, kdy například na stránkách chybí snadno dostupný odkaz pro stažení elektronických formulářů,“ objasnila Lenka Uzun ze společnosti Servodata. To potvrzují i data ČSÚ. Například možnost stáhnout si žádost o sociální dávky poskytuje na svých stránkách pouze 37 % obcí s rozšířenou působností, formulář o změně adresy pak jen 14 %. Možnost on-line vyplnění a odeslání formuláře na svých stránkách nabízí prozatím pouze sedmína obecních úřadů v republice.

Nejvíce s úřady komunikují vysokoškoláci Podle ČSÚ nejvíce využívají internet ve vztahu k veřejné správě jednotlivci ve věkové skupině 25–44 let, kdy alespoň základní informace na stránkách úřadů vyhledává 45 % z nich. Obecně internet přitom nejčastěji používají mladí lidé do čtyřiaadvaceti let. V souvislosti s veřejnou správou to však udělalo pouze 26 % z nich. Z jednotlivých vzdělanostních skupin je nejvíce uživatelů internetu ve vztahu k úřadům mezi vysokoškoláky. Těch se státní správou komunikuje elektronicky více jak polovina. Naopak u lidí se základním vzděláním jsou to pouhá 4 %.

Podniky si vedou lépe, i díky datovým schránkám

Mnohem více používají internet ke komunikaci s úřady české firmy. K vyhledávání důležitých informací ve vztahu se státní správou jej využívá přes 90 %. Téměř všechny podniky nad 250 zaměstnanců vyplňují on-line formuláře týkající se činnosti firmy, jako například k příznání k dani z přidaného hodnoty nebo k dani z příjmu. Česká republika je v této oblasti šestá nejlepší v Evropě. „Příčina tohoto úspěchu tkví v nastaveném systému daňové správy. Tomuto trendu dopomohlo například zavedení datových schránek, které zrovnoprávňují elektronické a papírové dokumenty, a zjednodušují tak komunikaci mezi podnikateli a úřady. Při zavádění elektronické komunikace ve státní správě máme velmi pozitivní ohlasy,“ doplnila Lenka Uzun ze společnosti Servodata. Podle ČSÚ v roce 2012 zasílalo dokumenty organizacím veřejné správy prostřednictvím datové schránky 64 % podniků.

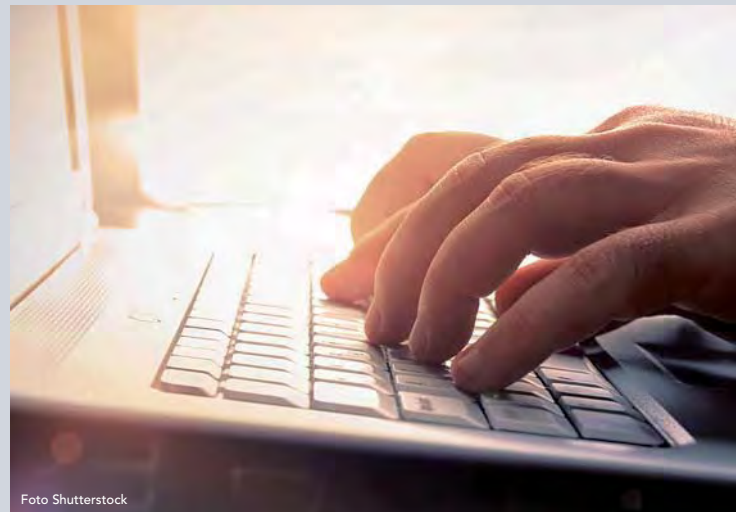


Foto Shutterstock

Úřady v ČR tak pokulhávají za Evropou především v komunikaci s občany. Změnit by to mohl například dokument s názvem Strategický rámec rozvoje eGovernmentu 2014+, který v současnosti připravuje ministerstvo vnitra. Ten má za úkol definovat další etapu modernizace a rozvoje veřejné správy, zejména směrem k zefektivnění a zkvalitnění práce veřejných institucí v souladu se strategickými dokumenty Evropské unie. Jeho hlavním cílem je možnost realizace 85 % všech podání vůči veřejné správě elektronickou formou.

Ministerstvo toho chce dosáhnout například propojením už existujících registrů. To lidem usnadní práci, informace do různých formulářů totiž nebudou muset vyplňovat víckrát. V současnosti dokument čeká na to, až jej posvědí vláda. Ta se jím bude zabývat nejdříve v červnu letošního roku.

(tz)



Porad' mi, je to tvá občanská povinnost...

Je to takový divný zlozvyk – hele, Karle, řekni mi, jak se to dělá, hele, Jano, ukážeš mi, jak to napsat, počkej, Franto, nejdřív mi ukaž, co s tím... Znáte to jistě i ze své praxe všude kolem nás. Bereme jaksi samo sebou, že se radí, ukazuje, nastiňuje zdarma, jako by to byla svrchaná povinnost našeho bližního: tobě to nic

neudělá a mně to pomůže! No, právě. Neumíme si vážít duševního vlastnictví, znalostí, umu, šikovnosti toho druhého, netušíme, že je třeba je ocenit platbou. Bereme tento fakt s naprostou nestoudností, rozdávát rady a cenné know-how je svatou povinností, a vůbec nám nepřijde, že dotčený, aby dokázal to, co z něj dělá odborníka, musel vynaložit mnoho času, financí a vůle, aby uměl něco, co jiný nedokáže. Znalosti jsou hodnotami, které se nepodobají autu, rohlíku nebo čepici, prostě nejsou na první pohled vidět, ačkoli mají své srovnatelné místo na slunci s hodnotami jinými. Nikdo je však nevystavuje za výlohou, a když jde o jejich zaplacení, většina lidí se zdráhá, otálí a podivuje. Jsme zvyklí platit za nové boty, parfémů i pomeranče, za domy, nábytek i hrob. Za dobré slovo a radu nad zlato a drahou někdy ani nepoděkujeme. **Eva Brix, šéfredaktorka**

čtěte s námi

Pilsner Urquell má originální dárky pro všechny táty

Třetí červnovou neděli se v mnoha zemích slaví Den otců. Letos připadá na neděli 15. června a poznamenali jsme si ho i v ČR. Podle výzkumu 59 % Čechů souhlasí s tím, že Den otců by se měl připomínat. Jako nejvhodnější formu uvedli respondenti poděkování, dárek či pozvání na pivo. Pilsner Urquell proto připravil pro všechny, kteří chtějí své tatínky překvapit, unikátní dárek a zajímavé akce. Den otců není na rozdíl ode Dne matek a Dne dětí v ČR oficiálním svátkem. Po celém světě se ale slaví více než 100 let. Za Dnem otců stojí žena – Sonory Smart Doddová, která v roce 1910 uspořádala oslavu pro svého ovdovělého otce jako poděkování, že se postaral o výchovu šesti dětí. Z tohoto spontánního projevu ve městě Spokane na západním pobřeží USA se stal fenomén a v roce 1966 byl Den otců v USA oficiálně uznán. Podle výzkumu agentury TNS Aisa uskutečněného pro značku Pilsner Urquell souhlasí 59 % dotázaných s tím, aby byl Den otců v ČR připomínán. „Přes 48 % lidí z těch, kteří svátek slaví, svému otci jednoduše pográtulují. Další 40 % otce překvapí dárkem a téměř 36 % jej chce pozvat na pivo,“ řekl senior brand manager Pilsner Urquell Lukáš Novotný. „Pozvat na pivo chce přitom tátu každoročně čím dál více lidí, zároveň klesá počet potomků, kteří svému tátovi pouze pográtulují,“ doplnil. Pilsner Urquell Den otců v ČR již několik let podporuje. Ve vybraných obchodech lze zakoupit litrovou láhev z limitované edice v dárkovém balení. Muži, kteří se stanou otci právě 15. června 2014 a přihlásí se na stránkách www.den-otcu.cz, získají na oslavu narození potomka s přáteli zdarma ležák Pilsner Urquell. www.den-otcu.cz (tz)

Prosperita Fresh Time

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 3, červen 2014

Vydává RIX, s. r. o., Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9

Šéfredaktorka: Eva Brix, e-mail: brix@iprosperita.cz, mobil: 602 618 008

Obchodní ředitel: Martin Šimek, e-mail: martin@iprosperita.cz, mobil: 606 615 609

Redakční tým: Pavel Kačer, Jiří Novotný, Kateřina Šimková

Grafický design: Michal Schneidewind

Korektury: Mgr. Pavla Rožníčková

Tisk: H.R.G., spol. s r. o., Distribuce: 5 P Agency

Placené textové materiály jsou označené grafickým symbolem ■■■

www.freshtime.cz

Firmy se chystají nabírat, ale lidí s odpovídající kvalifikací je nedostatek

Firmy po celém světě očekávají růst a plánují letos nabírat nové zaměstnance. Téměř dvě třetiny (63 %) z nich se však obávají, že nebudou schopny najít na vypsané pozice kandidáty s odpovídající kvalifikací. Globální průzkum společnosti PwC mezi více než 1300 generálními řediteli z 68 zemí odhalil, že po letech propouštění se polovina dotazovaných firem chystá znovu více zaměstnávat. Největší nárůsty v počtu zaměstnanců plánují během následujícího roku společnosti z Blízkého východu (71 % firem), jihovýchodní Asie (54 %) a Číny (53 %). Z pohledu odvětví dojde k nejvyšším nárůstům v podnikatelských službách (51 %), pojišťovnictví (49 %) a technologiích (46 %).

Přes pozitivní výhledy firem se však jejich ředitelé obávají, že pro nově otevřené pozice nenaleznou vhodné kandidáty. Celkem 63 % ředitelů v roce 2014 (58 % v roce 2013) uvedlo, že dostupnost klíčových talentů je největší hrozbou pro růst jejich společnosti. Ředitelé v Africe (96 %), jihovýchodní Asii (90 %) a Jihoafrické republice (87 %) se jejich nedostatkem obávají vůbec nejvíce. Nedostatek potřebných odborníků hrozí zejména v oblasti strojírenství a technologií.

„Čeští generální ředitelé se podle našeho průzkumu v takové míře nedostatkem kvalitních lidí zatím neobávají. Dlouhodobé podcenění však může ohrozit jejich schopnost požadované talenty v budoucnu vychovat nebo získat.

Již nyní pozorujeme, že firmy z rychle rostoucích asijských ekonomik loví talentované zaměstnance po celém světě, včetně Česka. Zejména mladí odborníci již dnes nemají problém vydat se za kariéru na druhou stranu světa. Jsem si jistý, že trend globální migrace zaměstnanců bude silnit. Důkazem jsou i české technologické firmy, z nichž řada již nyní zaměstnává zahraniční odborníky,“ upozornil Daniel Soukup, odborník na řízení lidských zdrojů, PwC Česká republika.

Nedostatek pracovníků s potřebnou kvalifikací a rostoucí náklady práce na rozvíjejících se trzích nutí společnosti hledat talentované zaměstnance na nových teritoriích. Například mnoho nadnárodních korporací již vyčerpalo své zdroje mladých talentů z Číny nebo Indie. Ti totiž začínají upřednostňovat domácí zaměstnavatele před jejich západní konkurencí. Firmy proto rozšířily oblast hledání talentů i na Indonésii, Vietnam a Filipíny.

„Společnosti nyní vyhledávají kandidáty s mnohem širším spektrem znalostí a dovedností než v minulosti. Měly by si však uvědomit, že vedle nábory nových pracovníků musí nové dovednosti získávat také rozvojem svých stávajících zaměstnanců. Jinak se firma nedokáže přizpůsobit novému prostředí,“ varoval Michael Rendell, globální vedoucí poradenských služeb PwC pro lidské zdroje.

Průzkum ukázal, že by ředitelé firem po celém světě uvítali, kdyby se vlády zasadily o zmenšení mezery mezi kvalifikací zaměstnanců a potřebami trhu práce. Tři z pěti dotázaných uvedli, že rozvoj kvalifikace pracovní síly by měl být jednou z hlavních priorit vlády. Jen jeden z pěti si však myslí, že se vládě v jeho zemi podařilo dosáhnout zlepšení. „Většina českých generálních ředitelů pochybuje o tom, že znalosti absolventů odpovídají současným potřebám trhu práce. Téměř polovina ředitelů proto uvedla, že by jejich firmy chtěly mít možnost ovlivnit profil absolventů, kteří se mají stát jejich budoucími zaměstnanci,“ doplnil Daniel Soukup. (tz)



Kde si pochutnáte?

V restauraci INTERSPAR v Praze-Štěrboholích



Velkou předností některých poboček INTERSPAR jsou vlastní moderní samoobslužné nekuřácké restaurace s možností wi-fi připojení. V České republice se nachází devět takových samoobslužných restaurací s Café bary a letními terasami. Otevírací doby i počet míst se liší, nejdéle je však otevřeno v Praze-Štěrboholích, a to od osmi ráno do půl desáté večer; zde se nachází i největší velkokapacitní samoobslužná restaurace s přibližně devíti sty zákazníky za den.

Restaurace disponují širokosortimentní pestrou nabídkou od snídaní, předkrmů, obloženého pečiva přes čerstvý salátový bar na vysoké úrovni, který je největší devizou, polévek, hlavních pokrmů až po různorodé dezerty. V nabídce je také vždy jedno samostatné dětské jídlo a nechybějí hrací koutky. Hlavní kritéria jsou každodenní čerstvost a kvalita, díky kterým se zákazník vrací zpět. Výhodou samoobslužných restaurací je zejména schopnost uspokojit chuť i více náročného strávníka a atraktivita, která spočívá mimo jiné i ve svobodné volbě zákazníka, jak si své menu

poskládá. Snídaňovou nabídku může zájemce využít každý den do 10 hodin. Po dobu denního provozu je k dispozici široký výběr z hotových pokrmů, moučníků vlastní výroby či speciální Vital menu zaměřené na odlehčenou a zdravou výživu. Zde jsou pravidelně zařazovány ryby, drůbež, ale například i maso z králíka. Na své si klienti přijdou v úseku grilu, který lahodí nejen smyslu chutovým, ale i zrakovým. Tady jsou připravovány přímo před zraky lidí čerstvé steaky z různých druhů masa s omáčkou a zeleninovou oblohou, ryb, sýrů, včetně grilovaného hermelínu a zeleniny. Čerstvě připravované těstoviny, plněné i neplněné, nabízí Pasta stanice. I zde je na svobodné volbě a individuální chuti každého, jaký druh těstovin a omáčky si vybere.

Každý týden restaurace připravují novou nabídku tematické kuchyně a festivalů nejoblíbenějších pokrmů. Ta jde napříč kuchyněmi celého světa, stále jí však vévodí kuchyně česká s místními pokrmy. Jedním příkladem za všechny je nejprodávanější kultovní svíčková na smetaně s brusinkami, šlehačkou a houskovým knedlíkem. Novinky jsou zařazovány průběžně během celého roku, přičemž menu je vybíráno vždy podle kritéria sezonnosti, tak, aby bylo co nejlákavější. Za celkovým úspěchem takového formátu restaurace stojí v neposlední řadě vždy ochotný a usměvavý personál.

Pobočky INTERSPAR vedle samoobslužných restaurací provozují i kavárny v italském stylu Tutto Bene či formát občerstvení Café Cappuccino To Go. Gastronomická nabídka společnosti SPAR ČOS se může dále pyšnit doplňkovou službou SPARTy servis nabízející „párty na klíč“, která je spotřebitelsky zajímavá pro schopnost eliminování starostí s občerstvením při větších oslavách, nečekaných návštěvách či obdobných akcích. (red)

Adresa:
Nákupní 389/2
102 00 Praha-Štěrboholy

GASCONTROL – dodavatel energetických celků

Společnost GASCONTROL, společnost s r. o. – tradiční výrobce a dodavatel plynových a energetických zařízení – obohatil své nabídkové portfolio o dodávky plnicích technologií stlačeného zemního plynu (CNG) a dodávky technologických zařízení pro výrobu elektrické energie, tepla a chladu.



- Naše činnosti:**
- Dodávky a servis plynárenských zařízení
 - Regulace a měření plynu, odorizace, dálkové měření odorantu
 - Plynové expanzní turbíny
 - Plynovody, speciální práce na plynovodech, jiné produktovody
 - Průmyslová klimatizace a chladicí systémy
 - Důlní investiční a technologické celky
 - Výstavba a rekonstrukce kotelen a výměňkových stanic
 - Dodávky domovních a průmyslových plynoměrů
 - Výstavby, dodávky plnicích technologií a servis CNG stanic
 - Přestavby vozidel na CNG pohon
 - Dodávky turbín CAPSTONE do 5 MW a ORC zařízení
 - Dodávky bioplynových stanic od 20 kWe do 5 MWe, včetně výstavby
 - Výzkum a vývoj v oblasti energií a plastů
 - Inovace produktů a technologických procesů



GASCONTROL, společnost s r. o.

Nový Svět 1407/59a, 735 Havířov-Prostřední Suchá

tel.: +420 596 496 411, fax: +420 596 412 397

e-mail: gascontrol@gascontrol.cz

www.gascontrol.cz

