

prosinec 2014

# fresh® TIME

PROSPERITA

**Osobnosti tohoto vydání:**

Zdeněk Juračka

Michael Petr

Ladislav Vaculík

Tomáš Kořínek

Michal Vaněček



## Zdeněk Juračka

Jsem optimistou  
i pro rok 2015

rozhovor na stranách 2–3



# Jsem optimistou i pro rok 2015



Ing. Zdeněk Juračka: obchod je krásná hra

Těžko odhadnout, kolik rozhovorů jsme s Ing. Zdeněkem Juračkou již publikovali, ale málo jich nebylo. Přesto jeho slova nejsou ohraná písnička. Ba právě naopak. Vždy má co sdělit, umí vzbudit pozornost, vyvolat otázky i úsměv. Na místo činu, tedy do jeho myšlenek a úvah, se vracím ráda. Je to o nápadech, které mají smysl. A obdivuhodné energii, která vede k zemitému, praktickému businessu, i když je občas kořeněný experimentem, který by nemusel vyjít. Jenže – to je právě ten podnikatelský a vizionářský adrenalin, který neobvyklá a nečekaná řešení převádí do života. Logika strategie značky COOP mne utvrzuje v přesvědčení, že vymyslet něco jednoduchého, něco, co funguje a co všichni potřebují, je ten nejužasnější kšeft pod sluncem. Je to cesta značky COOP. Pořád trhu nastavuje tvář a vábí – vždy se dá objevit něco, nač ještě nikdo jiný nepřišel, nebo naopak, zdokonalit samozřejmost, o níž dlouho nikdo nepřemýšlel proto, že zdánlivý ideál vyhovuje. Jmenovanou značku vlastní Svaz českých a moravských spotřebních družstev. Do jeho čela byl 31. října znovu zvolen Ing. Zdeněk Juračka:

**Opakovaně jste stanul v roli šéfa Skupiny COOP, tedy předsedy Svazu českých a moravských spotřebních družstev. Co to pro vás bude znamenat?**

Především jsem byl potěšen a mile překvapen důvěrou členů, že mě opět v této těžké a konfliktní době zvolili. Že mám šanci ještě jednou nabídnout zkušenosti, jež jsem v prostředí obchodu získal a že je společně s mými kolegy můžeme zúročit a těžit z nich to pozitivní. Pro mne to bude znamenat ještě hodně práce, hlavně s ohledem na další zaměření a zúšlech-

tování image značky COOP. Bude se totiž měnit orientace Skupiny COOP, která chce ještě jinak než dosud vyniknout na trhu. Neptejte se, co chystáme, na to je čas. Také bych rád připravil nového kandidáta na moji pozici, tedy člověka, který postupně převezme mé povinnosti. Věřím, že se to podaří. Určitá alternativa se rýsuje přesto, že předcházející dva roky to byl velký problém. Do června příštího roku by měl být znám kandidát a přesto, že jsem zvolen na pět let, chci se s ním dohodnout na zkrácení mého volebního období a v určitý blíže neurčený moment rezignovat.

**Jaké má dnes značka COOP postavení na českém trhu? A jaké by mohla mít třeba tak za pět let?**

Myslím si, že dnes má značka stabilní a velmi silné tržní postavení a vnímání účastníky trhu. Za posledních deset let, co jsem působil v roli předsedy svazu, své jasné místo upevnila. Bylo to ve znamení spousty aktivit, ať už šlo o rebranding prodejen, rozšíření služeb, posílení reklamy, vidět jsme v televizi v nejlepších vysílacích časech. Občanům poskytujeme žádané služby na jednom místě tak, že se často z našich prodejen stávají místa, kde lidé nejen nakupují, ale rádi se setkávají a přitom vyřizují své denní záležitosti. Odvážil bych se dokonce tvrdit, že jsme se v řadě případů stali jakýmsi centrem sociálních vazeb. Image spotřebních družstev se posílila a zákazníci k nám mají daleko větší důvěru než v minulosti. Dnes nás vnímají jako platformu, kde se dobře nakupuje a dokáží si najít i jiné výhody návštěvy COOP. Tomu jsem velmi rád. A za pět let? Nechte se raději překvapit.

**Etablovat se v tak velkém konkurenčním prostředí, jako je trh řetězců u nás, to není patrně jen o nápadech, ale především o značných investicích. Co vás stálo zatím nejvíce peněz, času a sil?**

Samozřejmě získat dobré postavení v tak velkém konkurenčním prostředí, jako je v České republice, to je velmi náročné a je to mimo jiné i o investicích. Nápadů nepočítám, těch máme dost. Družstva na posílení pozice značky na trhu vynakládají průběžně značné prostředky, což je dobře. Nešetří na vybavení prodejen, zlepšujeme společnými silami technologii prodeje, nakupujeme nejmodernější IT systémy, zhodnocujeme stav budov, ve kterých působíme.

A co nás stálo nejvíce peněz? To se těžko vyjádří, neboť účelnost investice se spíše hodnotí návratností. A ta se projevuje třeba tím, že se zákazník vrací, tedy u nás opakovaně utráčí. A to proto, že má co koupit, že ho nabídka zaujala a že se mu zdá pohodlné a efektivní čerpat i naše další nejen obchodní služby. Velké investice šly do vybavení terminálové sítě, kupující u nás může platit kartou, odbavit složenku, vybrat obnos peněz formou cash back, a zájem o tyto varianty komunikace, zejména na vesnicích, stoupá. Je to vidět na statistikách. Plyne z toho, že investice se začínají vra-





cet a že jsou to právě ony, které otevírají dveře dalším klientům.

**Snažte se tedy nejen o to, aby u vás lidé nakupovali, ale aby nacházeli i patřičnou přidanou hodnotu ve službách, které z nich pomáhají dělat věrné zákazníky. Jak se například ujal COOP Mobil?**

COOP Mobil je služba, s níž jsme přišli, podle mého názoru, ne zrovna v příhodném konkurenčním čase. Je to sice perfektně promyšlený projekt, který propojuje telefonování zdarma v závislosti na objemu nákupů, možnost elegantně a účinně kontaktovat zákazníka s nabídkami a informovat ho o novinkách. Otevřeně však přiznávám, že nám to nejde tak rychle, jak jsme si původně mysleli. Konkurenční prostředí mobilních operátorů je velice tvrdé až agresivní v boji o klienta. Najít vlastní cestu k uživateli je pro nás výzva, takže náš projekt bude pokračovat kombinací nejrůznějších marketingových a věrnostních prvků. Máme před sebou mnoho aplikací, které by měly přivést do rodiny COOP další příznivce. Také se vynasnažíme o to, aby ve všech prodejnách správně pochopili, k čemu COOP Mobil slouží. Poslání služby musí pevně zakotvit v myšlení prodáváček. Chápu, že mají milion jiných starostí s provozem, ale na dru-

hé straně jim COOP Mobil bude schopen postarat se o navýšení obrátu a zvýšení zájmu o jejich prodejnu. Takže školíme personál prodejen, aby zákazníkům službu nabízel jako velmi atraktivní řešení pro obě strany.

**V porovnání s ostatními subjekty máte v nabídce stále nejvíce českých potravin. Udržíte si toto vítězství? Za jakou cenu?**

České potraviny, to je naše srdeční záležitost, je nám to vlastní, družstva byla kdysi založena právě k tomu, aby podporovala české výrobce, prodávala jejich produkty. Jsem přesvědčen, že si tuto prioritu udržíme. Nepřijali jsme iniciativu jako ekonomickou, ale jako marketingovou. Říkáme: kupujte u nás potraviny českých výrobců, podpořte domácí a regionální produkci, zaměstnanost, kupní sílu. Nazval bych to jako propojení dobrého a užitečného. A jsem přesvědčen o tom, že prvnství v prodeji českých potravin si i nadále udržíme. A že se to jednou projeví i v těch tržbách. Je to nezanedbatelná část naší filozofie.

**Jak pokročily diskuze o tom, že by bylo přínosné zřídit COOP prodejnu v centru Prahy?**

Tato věc je stále otevřená, ale už to není jen úvaha, nýbrž spousta činností směřujících k tomu, abychom se v hlavním městě etablovali. Zda bude v Praze tržiště pod značkou COOP a budeme tam prodávat přímo my, nebo budeme značku uplatňovat prostřednictvím jiných subjektů, to je zatím otázka. Řeší se pozemkové věci, konkurenceschopnost prostředí, s vlastníkem pozemku debatujeme otázky nájmu, stavebních úprav, investic a mnoho dalších záležitostí.

**Byl jste iniciátorem AČTO – Asociace českého tradičního obchodu, která má hájit české obchodníky. Jaké jsou plány a cíle?**

Poopravil bych vaše tvrzení – byl jsem jen jedním z iniciátorů, neb k myšlence vytvořit asociaci došli samy

nákupní aliance. Nadešla doba, kdy se projevil celospolečenská objednávka na zřízení nové pevné struktury, která bude hájit zájmy českých maloobchodníků.

Rád bych znovu vysvětlil, že to není nic proti zájmům Svazu obchodu a cestovního ruchu České republiky, jehož jsem viceprezidentem. AČTO bude snad oficiálně od 1. ledna 2015 členem svazu a jeho prostřednictvím budou hájeny zájmy a potřeby českých maloobchodníků, na což zatím svaz obchodu neměl tolik času, prostoru ani peněz. Nyní však nazrála doba, kdy je nutné dát vědět o tom, že vedle zahraničních obchodních řetězců mají právo na život i firmy s českým kapitálem, že i ony mají své místo na trhu, své zájmy, potřeby, poslání. Na rozdíl od svazu obchodu, který se více zaměřuje na globální problémy a reprezentaci, bude AČTO komunikovat aktuální otázky týkající se českého maloobchodu.

**Jistě máte svou osobní vizi do roku 2015 a dále. Obsahuje i nějaké dosud nevyřešené přání?**

Vždy jsem byl optimista a tím bych rád zůstal i nadále. Věřím, že značka COOP bude v nadcházejícím roce ještě silnější a vnímanější. Letos máme za sebou už třetím rokem růst obrátu, a to není špatná zpráva.

Věřím, že AČTO, ač má za sebou jen pár měsíců existence, své postavení prohloubí a rozšíří členskou základnu. Už dnes se řada subjektů o členství hlásí, a to i z řad českých výrobců, a to nás nesmírně posiluje.

Začali nám naslouchat politici a osobnosti státní správy, jednali jsme s ministry, nastolili jsme žhavé otázky obchodního podnikání. Nastartovali jsme diskuzi o českých maloobchodních řetězcích a ve známost dali fakt, že u nás existují i české subjekty, že se český obchod hodlá stabilizovat. Členové AČTO mají cca 25 procent domácího trhu, a to není málo. Jasně chceme dát najevo, že čeští obchodníci mají své místo na slunci a že si zaslouží odpovídající pozornost.

připravila Eva Brixl ■■■





# Čím jsou pro nás sociální sítě cenné a čím jsme my užiteční pro jejich provozovatele?

Sociální sítě, termín, který hýbe světem. Dovolují být v kontaktu s lidmi, které bychom jinak možná neměli šanci fyzicky potkat. Ale umožňují také efektivně spolupracovat. Nejen firmám mohou napomoci. Sedět u kávy s tabletem v ruce nemusí být nutně případem pasivní konzumace, ale příkladem brilantní analýzy, byť v situaci mírně netypické. O tom, že dostat se k důležitým údajům, z nichž lze odvozovat trendy, které by měly firmy, politické strany i neziskový sektor respektovat, chtějí-li uspět, hovořil Ing. Michael Petr, zakladatel firmy MCI Systems, s.r.o.:

**Sociální sítě zasahují do našich životů více, než jsme si často ochotni připustit. Stejně tak však ovlivňují i chování firem a jejich možnosti práce s daty – od reklamy na výrobky a služby až po práci personalistů. Jak byste tento dnešní fenomén charakterizoval?**

Sociální sítě se staly součástí našich životů, věnujeme jim nezanedbatelnou část naší pozornosti. Jsou jedním ze způsobů, jak interagujeme s okolním světem. Do jisté míry boří geografické i sociální bariéry v komunikaci. Mají vliv na naše smýšlení, názory, nálady, jednání. Pro pochopení sentimentu určité skupiny lidí vůči různým společenským tématům jsou sociální sítě, diskuzní fóra a blogy důležitou studnicí informací. Zároveň poskytují možnost veřejné mínění ovlivnit. Toho jsou si vědomi nejen marketéři, ale čas-

to i širší nejrůznější propagandy a extrémních názorů.

Vzhledem k tomu, že tento fenomén využívá možnosti internetu k uspokojení odvěké lidské potřeby sociálního kontaktu a pozvedá ji na vyšší úroveň, myslím, že změny našeho chování jsou „nevratné“ a sociální sítě nekončí zapomenuty v propadlišti dějin. V budoucnu se možná budou více akcentovat negativní aspekty jejich fungování, které vyplynou z nevyhnutelné monetizace potenciálu jejich provozovatelů, těžko kontrolovatelné ztráty soukromí a snah o vědomou manipulaci jejich prostřednictvím.

**Využívání Facebooku anebo Twitteru se stalo pro mnoho společností nezbytnou součástí firemní kultury i marketingové strategie. Přesto mají sociální sítě stále také odpůrce. Jaký potenciál ve skutečnosti rozvoji a zviditelnění například středním firmám nabízejí?**

Vlastní stránka na Facebooku a prezentace společnosti na Twitteru se stávají samozřejmostí. Nabízí interaktivní vztah se sympatizanty, kteří mohou poskytovat zpětnou vazbu. Buduje se komunita fanoušků, kterou může firma efektivně ovlivňovat, ale především jsou pro ni hmatatelnou reprezentací jejich zákazníků. Může o nich zjistit základní demografické údaje, ale především získat povědomí o jejich názorech a smýšlení a podle toho se adaptovat. Můžeme se ale setkat i se sofistikovanějším využíváním potenci-

álu sociálních sítí. Příkladem může být tzv. virální reklama, která je navržena tak, aby se šířila samovolně sdílením divácky atraktivního obsahu, jehož součástí je i marketingové sdělení. Firmy, politická uskupení a zájmové organizace si často najímají příspěvatelů, kteří aktivně ovlivňují veřejné mínění ve svůj prospěch.

**Čím mohou pomáhat sociální sítě neziskovým organizacím a různým občanským iniciativám?**

Sociální sítě jsou vítaným pomocníkem nejrůznějších neziskových organizací. „Sbírají“ zde příznivce, kteří dále sdílejí a šíří jejich společensky prospěšné cíle a pravidelně se alespoň ve virtuálním prostředí podílejí na jejich aktivitách. Prostřednictvím Facebooku se daří aktivizovat masy lidí, aniž by to vyžadovalo nákladné mediální kampaně v televizi či rozhlasu. Za úspěch na sociálních sítích vděčí neziskový sektor především tomu, že jednotlivé organizace dokáží přesně a atraktivně formulovat nosnou myšlenku, která pak zakoření v životě stávajících i nových příznivců. Což je mimo jiné jeden z problémů, s nímž se politická uskupení zatím neúspěšně potýkají.

**Facebook nedávno ohlásil, že od nového roku mění podmínky pro používání služby. Bude moci využívat osobních dat uživatelů k cílení reklamy. Je to vlastně jeden ze způsobů financování našeho komfortu, kdy je téměř vše zdarma. Vyvolalo to vlnu nevole mezi uživateli. Ti, pokud nesouhlasí s novými podmínkami, nemají jinou možnost, než přestat od 1. ledna 2015 tuto službu využívat.**

**Zmínil jste politická uskupení. Diskutovaným tématem poslední doby jsou také sociální sítě jako marketingový nástroj pro šíření politických názorů. Jak jsou ve skutečnosti v této oblasti využívány?**

Politické strany zatím sociální sítě neprá-

vem opomíjejí, ale lze vysledovat, že se i tento trend postupně mění a vlastně se změnit musí. Voliče lze považovat de facto za klienty politických stran. Prostřednictvím sledování aktivity na sociálních sítích mohou jednotlivá uskupení své programy a cíle upravovat v souladu s přáními a potřebami veřejnosti.

Nicméně v současnosti jsou sociální sítě spíše ignorovány nebo je na tamní dění reagováno defenzivně. Jsme zvyklí, že se zde politika tematizuje spíše negativně, ať už jde o kritické komentáře, nebo vyhraněné názory. Jednotlivci i celá oddělení, která u jednotlivých politických uskupení zodpovídají za medializaci a vztahy s veřejností, se snaží, aby takové negativní mínění nepronikalo do masmédií, nebylo „na očích“ veřejnosti. A když už se tomu nepodaří zabránit, je třeba, aby si veřejně činné subjekty vytvořily obstojné protiargumenty, s nimiž by vytáhly do souboje názorů.

Na druhé straně je potřeba si uvědomit, že skutečně aktivně na sociálních sítích působí zhruba pět procent uživatelů a zbytek patří mezi „následovníky“. Může být tedy velice těžké určit, jaká motivace vede uživatele právě ke kritice politického vedení nebo dalších subjektů, ať už v rámci hranic vlastního státu, nebo mimo ně.

**Virtuální svět se rozrůstá a novinky vždy vzbudí širokou debatu nad tím, jakou daní zaplatíme za to, že se otevírá prostředí dalších netušených možností. Jak byste to komentoval?**

Facebook nedávno ohlásil, že od nového roku mění podmínky pro používání služby. Bude moci využívat osobních dat uživatelů k cílení reklamy. Je to vlastně jeden ze způsobů financování našeho komfortu, kdy je téměř vše zdarma. Vyvolalo to vlnu nevole mezi uživate-

li. Ti, pokud nesouhlasí s novými podmínkami, nemají jinou možnost, než přestat od 1. ledna 2015 tuto službu využívat. Kdokoli se po tomto datu na Facebook přihlásí, bude automaticky s novými obchodními podmínkami souhlasit. Ale i když se člověk rozhodl svůj účet zrušit, obsah, který v minulosti vložil, zůstane Facebooku nadále k volnému použití. Je totiž jeho majetkem. Když tuto skutečnost Facebook v minulosti oznámil, rovněž to vzbudilo nesouhlas. Postupně ale vše utichlo a většina uživatelů se s tímto flagrntním zásahem do autorských práv smířila.



Foto Shutterstock

Twitter nedávno také oznámil, že hodlá využít ve větší míře osobních údajů uživatelů mobilní aplikace k cílení reklamy. Od 3. prosince 2014 dokonce sleduje, jaké další programy používáme na našich smartphonech. Sběr dat začne automaticky, pokud to uživatelé explicitně neodmítnou v nastavení aplikace.

### Co z toho plyne?

Ukazuje se, že přes hlasité protesty jsou uživatelé bezplatných aplikací od firem jako Google, Facebook či Twitter ochotni vzdát se do značné míry svého soukromí výměnou za možnost dále používat jimi nabízené služby. Model monetizace založený na poskytnutí aplikace bezplatně a prodeji zacíleného reklamního prostoru po jejím rozšíření mezi uživateli zjevně funguje. Jakmile si na danou službu či aplikaci zvykneme, vyměníme ztrátu vlastního soukromí za možnost ji nadále bez-

platně používat. Vidím v tom do značné míry reakci na neochotu uživatelů za služby informačních technologií platit. Přestože vývoj a provoz aplikací znamená reálné náklady podobně jako každé jiné poskytování výrobků nebo služeb, nikomu nepřijde divné, že aplikace nebo služba může být provozována jako bezplatná. Kdyby vám někdo nabí-

zel koblíhy zdarma, hledali byste za tím pravděpodobně nějaký záměr. Teba před volbami byste v takovém gestu viděli snahu ovlivnit váš názor. Ve světě IT se nad tím nikdo nepozastavuje, naopak je takové chování očekáváno a často vyžadováno.

ptala se **Kateřina Šimková**

## Neúspěšní majitelé firem často kopírují svůj vzorec chování do dalšího podnikání

**Vlastnická struktura společnosti silně ovlivňuje stabilitu a kvalitu jejího podnikání. Pokud firma projde úpadkem, exekucí nebo platební neschopností, takzvanou negativní událostí, potom prudce roste pravděpodobnost, že u další firmy, se stejnými majiteli, také nastane negativní událost. Vyplyvá to z analýzy chování firem, kterou uskutečnila poradenská společnost Bisnode.**

V rámci analýzy společnost Bisnode hodnotila chování firem z pohledu negativních událostí od roku 1993. Ukázalo se, že pokud firma prošla úpadkem, exekucí nebo platební neschopností (v modelovém případě v období 1993–2009), potom se v následujícím ob-

dobí (2010–nyní) prudce zvýšil počet případů, kdy u další společnosti, se stejnými majiteli, nastala negativní událost. Společnost Bisnode zjistila, že do 1. 1. 2010 v České republice působilo 254 724 fyzických osob – majitelů firem, jejichž firmy nikdy neprošly úpadkem, exekucí nebo platební neschopností, a 22 681 vlastníků, jejichž firmy v období 1993 až 2009 některou negativní událost zažily, z toho 1031 majitelů do negativní události dovedlo více než jednu společnost.

U firem, jejichž majitelé u žádné z vlastněných společností v minulosti nezažili úpadek, exekuci nebo platební neschopnost, nastala v následujícím období první negativní událost u 4,4 % majitelů. Zatímco u společností, jejichž vlastníci se v minulosti potýkali s právě jednou negativní událostí, byla další negativní událost

zaznamenána u 15 % majitelů. U vlastníků s vícenásobnou negativní událostí v minulosti další negativní událost nastala téměř u čtvrtiny z nich,“ komentoval výsledky hodnocení analytik Bisnode, Michal Řičář.

„Pokud podnikatelé u svého obchodního partnera pozorují, že jeho další firmy podléhají úpadku, exekuci či platební neschopnosti, měli by se zvýšenou pravděpodobností očekávat, že se tato negativní událost promítne i do firem, které aktuálně nejeví známky problémů. Je tedy zřejmé, že vlastnická struktura silně ovlivňuje stabilitu a kvalitu firmy,“ doplnil Michal Řičář s tím, že negativní události firem jsou natolik zásadní informace, že je scoringový model Bisnode dlouhodobě hodnotí jako jeden z nejsilnějších ukazatelů pravděpodobnosti úpadku. (tz)



# Čím udělat radost každému muži: novými stylovými doplňky linie

Možná před dvaceti lety, kdy většina dokumentace měla formální papírovou podobu, bylo naplnění požadavků normy ISO 9001 byrokratickým strašákem. Ale v dnešní době dostupného softwaru na elektronickou správu dokumentace je systém kvality příležitostí k růstu firmy bez zatěžujícího navýšení administrativy.



Dr. Ing. Ladislav Vaculík

Netušila jsem, jak zábavná konverzace mne čeká s mužem, který se ve společnosti TESCOVA s.r.o. věnuje kvalitě. Ani jsem si před tím, než jsem ho poznala, neuměla představit, jak někoho právě tento obor, který se prolíná snad všemi odvětvími lidské činnosti, může tak dokonale bavit. Jenže v tom to právě je – už chápu, proč je firma TESCOVA na výsluní zákaznické pozornosti. Hýří nejen nápady, inovacemi, ale vše je nekompromisně podřízeno kvalitě. Dr. Ing. Ladislav Vaculík, ředitel Řízení jakosti jmenované firmy, převzal v listopadu v Praze na Večeru s Českou kvalitou značku ITC certifikovaná kvalita:

**Získali jste značku programu Česká kvalita, tedy ocenění, kterého není snadné dosáhnout. Kupujícího však jednoznačně navádí na správnou stopu – jde o vynikající český výrobek. Je jím konvice Teo Tone s vyluhovacím sítkem. Jak budete tuto výsostnou záležitost komunikovat? Nyní, v zimě, kdy se čaje popíjejí více než v létě, máte jedinečnou příležitost...**

Naši zákazníci a odběratelé už sestru oceněné konvice TEO TONE – TEO s vyluhovacími sítky – používají téměř dva roky a zájem o ni neklesá, naopak. Skutečnost, že ke svým praktickým benefitům přidala i nejvyšší ocenění kvality, je, podle obrovského množství ohlasů,

samozřejmě vnímáno nesmírně pozitivně. Žádná masivní kampaň nebyla nutná, logo na obalu konvice je tím nejvýmluvnějším komunikačním prvkem. „Čajové“ období s konvicemi TEO je v plném proudu!

**Při nedávném rozhovoru právě o kvalitě jste naznačil, že zabývat se tímto fenoménem není od věci ani v době, kdy kvalitu svým způsobem chápeme všichni jako samozřejmost. Jak jste to myslil?**

Kvalitu výrobků nebo služeb bere většina veřejnosti jako samozřejmou věc, o které se není třeba ani bavit. Lidé, kteří se ve firmách kvalitou zabývají, ale vědí, že kvalitní výrobek vyžaduje



pravidelné investice na udržování systému řízení jakosti, na pravidelné audity svých dodavatelů, do zkušebních laboratoří, do soustavného vzdělávání zaměstnanců apod. Tyto investice se nutně promítají do výšších cen výrobků, takže kvalitní výrobek logicky nemůže být nejlevnější. A proto je dobře, že projekty, jako jsou Česká kvalita nebo Národní cena kvality ČR, oceňují a zveřejňují firmy, které se kvalitě výrobků a služeb dlouhodobě zodpovědně věnují.

**Dá se tedy tvrdit, že zlepšování řízení až po kvalitu chápanou v souvislosti s designem či vztahem k zákazníkovi neberete jako administrativu plnou překážek, ale jako cestu, v níž jasně cítíte inspiraci a potenciál růstu firmy?**

Kvalita výrobků musí začínat při jeho vývoji, to znamená například při debatách s vývojáři, designéry a konstruktéry o volbě použitých materiálů, vhodném způsobu a teplotách používání výrobku atd. Proces pokračuje sledováním a kontrolou vstupních surovin dodavatelů a kontrolou výroby vlastních výrobků. Kvalita se samozřejmě netýká jenom výrobků, ale také pravidelného vzdělávání pracovníků v maloobchodních prodejnách, pracovníků servisního oddělení i celé logistiky. Nemyslím si ale, že komplexní systém řízení jakosti by byl pro firmu nějaká administrativní zátěž. Možná před dvaceti lety, kdy většina dokumentace měla formální papírovou podobu, bylo naplnění požadavků normy ISO 9001 byrokratickým strašákem. Ale v dnešní době dostupného softwaru na elektronickou správu dokumentace je systém



# UNO VINO do domácí vinotéky



kvality příležitosti k růstu firmy bez zatěžujícího navýšení administrativy.

**Koupím si váš nůž nebo struhadlo. Jak poznám jeho přidanou hodnotu zakletou v kvalitě?**

Platí mnohokrát opakovaná pravda: je třeba číst informace na obalu a spotřebitelské návody výrobků. Pokud jsou na přebalech informace nepřesné, zavádějící, nebo dokonce v češtině zcela chybí, takový výrobek radím nekupovat. Dalším vodítkem je značka výrobku. U značkových výrobků je málo pravděpodobné, že firmy, které goodwill systematicky desetky let budují, budou riskovat ztrátu prestiže prodejem nekvalitních produktů či služeb. Navíc u značkových výrobků lze dnes rychle a snadno získat všechny potřebné informace na internetu. Sám se zejména u dražších výrobků zajímám, jakou garanci používaného systému kvality výrobce udává a jakým způsobem má zajištěn servis svých výrobků. Všechny tyto informace lze u značkových výrobků zjistit během několika minut a před nákupem se to rozhodně vyplatí. Logo Česká kvalita je výrazným usnadněním v orientaci.

**Uvést na trh značku je ve světě značkami přesyceném, v tvrdé konkurenci a neochotě veřejnosti vnímat reklamu docela kumšt. Jakou úlohu hrála a hraje v případě TESCO MY kvalita?**

Reklama na výrobek a kvalita výrobku jsou samozřejmě dvě rozdílné věci, ale myslím si, že obě musí žít v symbióze. Reklama je investice s rychlou návratností, výsledek rychle zjistíte ukazateli prodejnosti. Naopak investice do kvality výrobku je záležitostí dlouhodobou, jejíž výsledky jsou patrné obvykle za několik let. Ale jedno bez druhého nemá smysl. Masivní reklamu na nekvalitní výrobek spotřebitelé rychle prokouknou, přestanou jej kupovat a do prodejny se už nikdy nevrátí. Na druhé straně kvalitní výrobek bez profesionálně zpracované podpory prodeje si cestu k zákazníkům hledá dlouho nebo také vůbec. Takže investice do reklamy a kvality musí být navzájem vyvážené!

**Předvánoční období je velmi „proobchodní“. Potřeby do domácnosti se kupují jako dárky, ale také slouží jako nepostradatelné zázemí pro pečení a vaření v tomto kulinařsky náročném čase. Novinkami se jistě rádi pochlubíte...**

Česká značka TESCO MA má ve svém portfoliu více než 3000 produktů, přičemž například letos jsme uvedli bezmála tři stovky novinek. Uznáte, že vybrat ty „nej“ je opravdu těžké, protože všem věnujeme stejnou péči. Pokud zabrousím do oblasti sladkého pečení, rádi se držíme tradic. Bez lineckého cukroví si české Vánoce nelze představit, proto doporučuji vyzkoušet Vykrajovátka na linecké cukroví DELÍCIA. Souprava obsahuje dvě kulatá vykrajovátka s rovným a vlnitým okrajem a šest mini vykrajovátek s vánočními motivy pro vykrojení středů. Pro snadné uskladnění jsou navlečeny na praktický kroužek. Nezápadné, ale nesmírně nápadité je Zdobicí sítko DELÍCIA, jehož design a nadstandardní užité vlastnosti ocenila i mezinárodní porota Red Dot Design Award 2014.

Přední část sítko je určena k nabírání a bezpečnému přemístění cukru, kakaia nebo skořice nad moučník či cappuccino, poklepáním na okraj zdobícího sítko pokrm rovnoměrně pocukrujete nebo s pomocí šablon ozdobíte. A od pečení k vaření: vlnkovou lodí kuchyňského nádobí TESCO MA je novinka



Na takové chvíle se nezapomíná...

letošního podzimu, revoluční desetidílná sada ULTIMA. Množstvím inovativních prvků významně posunula hranice každodenního vaření.

**Na jaký sortiment byste rád upozornil zákazníky? Co by mohli našeptat Ježíškovi, aby přinesl jejich drahým polovičkám pod stromček?**

Konvici TEO TONE, samozřejmě! Ale máte štěstí, že se ptáte právě mě, jemuž je velmi blízký svět vín. Poradím ženám, čím udělat radost každému muži: novými stylovými doplňky linie UNO VINO do každé domácí vinotéky. Počínaje různými typy otvíráků i pro subtilní osoby, pak je to třeba provzdušňovač (dekanter), teploměr, chladicí návlek až po zátku na láhve. Ženy nenechají chladné povrchová úprava produktů Soft Touch (příjemné na dotek) v barvě bordeaux s hlubokým 3D efektem. Lepší dárek Ježíšek nevymyslí. Připijím na zdraví a na kvalitu v novém roce všem čtenářům časopisu Prosperita!

za odpovědi poděkovala Eva Brixl



**Muž, který ví, co chce**



Čechy a Morava po staletí vydávaly ty nejchutnější a nejzdravější plody, přesto má člověk často pocit, jako by se po nich slehla zem. Naštěstí se poctivé potraviny ale už zase dají koupit a jejich nabídka se rozrůstá. Na pravou domácí kvalitu vsadila společnost TOKO AGRI, která nám znovu připomněla, jak chutná mléko, přírodní ovocné šťávy a další nefalšované potraviny. Za vším stojí Ing. Tomáš Kořínek a jeho syn. Právě s Ing. Tomášem Kořínkem mladším jsme si povídali o jejich cestě za výtečnou chutí a neošizenou kvalitou. A rozhovor jsme začali „vlajkovou lodí“, populárním Ovocňákem.



**Jak se zrodil Ovocňák a čím si získal pevnou pozici na trhu?**

Na začátku bylo čerstvé mléko. Společnost TOKO AGRI před lety uvedla na trh automaty na čerstvé mléko a ukázala se jedna velmi zajímavá věc. Ve srovnání s naším produktem se projevila nízká kvalita mléčných výrobků, které se běžně prodávají v obchodech. Otevřely se nám oči a pochopili jsme, že podobně by dopadly i dalších komodity. Když jsme uvažovali, jak prodej v automatech ozvláštnit a rozšířit, volba byla logická – zaměřili jsme se na ovoce a začali vyrábět pravé ovocné mošty. Stoprocentní přírodní šťávu si lidstvo doma připravovalo po tisíce let, avšak moderní doba ji do táhla do podoby sladké vody s konzervanty. Proto jsme se obrátili k osvědčené tradici a lisovali ovoce a zeleninu. Tak vznikl Ovocňák.

# Od mléka k moštům

Svou pozici si rozhodně získal bezkonkurenční kvalitou a individuálním přístupem k zákazníkovi. Nikdy jsme z kvality neustoupili. Mnohokrát jsme dodanou surovinu sadařům poslali zpět. Každou šarži před stočením hodnotíme, jestli nám chutná a zda jsme dosáhli toho, co jsme chtěli vyrobit. Dnes je v nabídce 16 chutí a vždy dvě sezonní.

**Kolik krabic ovocného nápoje jste už vyrobili? A v čem je letošní ročník 2014 originální?**

Počet tří, pěti a desetilitrových balení za tři roky překročil 150 000, a pokud jde o malá balení, těch se od spuštění výroby před rokem vyrobilo více než milion. Pokud se na čísla podíváme v objemu, zlomili jsme právě v květnu již jeden milion litrů za studena lisované šťávy. Letošní rok je zvláštní v tom, že jsme ke šťávám přidali také novou produktovou řadu v podobě pyré, nebo také přesnídávky – ovocnou dřeň, zcela čistou bez jakýchkoliv zahušňovačů, sladidel, barviv, konzervantů či aroma. A kromě malého 200ml balení pro svačinku ji také ozvláštnili třílitrovým balením Bag-in-Box pro maminky s dětmi.

**Nabízíte Vánoční edici Ovocňáku. Jakými chutěmi zpříjemníte sváteční jídelníček a poklidnou atmosféru Vánoc?**

Každý rok se snažíme připravit nějakou zvláštnost pro vánoční pohodu. Protože k Vánocům a adventu prostě patří skořice a hřebíček, rozhodli jsme se připravit variantu Jablko-Hruška právě s tímto kořením. Balíme do speciální zimní krabice, na které je možno dát věnování, a mošt je tak skvělý jak studený, tak teplý. Skvěle zahřeje například řidiče nebo děti. Toho, kdo si přece jenom chce udělat mošt ostřejší, může potěšit kombinace s rumem nebo slivovicí.

**Získali jste Českou chuťovku a sbíráte ocenění kvality jako na běžícím pásu. Dokážete tyto značky i marketingově využít? Kterých si považujete nejvíce?**

Protože si za svou kvalitou stojíme, je dobré mít proti sobě zrcadlo. Tím jsou pro nás zákazníci a také ocenění jako Klasa, Perla Zlínska, Regionální potravina, Česká a dětská chuťovka nebo Zlatý klas s kytičkou. Ceny nám dávají jistotu, že postupujeme správně. Samozřejmě se tím i rádi pochlubíme. Naše výrobky s označením vysoké jakosti pomáhají v komunikaci, zákazník dostává důležitou informaci. A tímto způsobem se i na první pohled odlišujeme od konkurence.

Na druhou stranu je potřeba říci, že ne každé ocenění kvality veřejnost zná, stejně hodnotí a podle ní se na trhu rozhoduje. To však už neovlivníme my ani naše výrobky.

**Lidem váš Ovocňák chutná a zdravotně prospívá. Dávají vám to nájevo?**

Ano, a to nás velice těší. Je to oceněním

naší práce a informace, že to děláme správně. Nejtěžší je dnes samozřejmě nepodlédnout tlaku na cenu, ale stát si za kvalitou. Zážitek, zkušenosti, recepty, přání i zlepšováky nám zákazníci posílají prostřednictvím sociálních sítí, našeho webu, mailů nebo sdělují přímo na farmářských trzích.

**V sortimentu máte nápoje a pyré. Zůstanete jen u dvou produktů nebo chystáte rozšířit nabídku o další novinky?**

Cíle Ovocňáka je zpracovávat celou škálu ovoce a zeleniny na všechny možné způsoby, které u nás byly obvyklé a lidé je mají rádi. Mošty to začalo, letos jsme přidali pyré, myslím že v dalších letech nás čeká poctivá marmeláda, sušené plody, ovocný čaj, sirup a snad jednou také i ta slivovice. Musíme nabídku rozšiřovat postupně, aby si zákazník zvyknul, ochutnal a přijal další výrobek za svůj. A to se i s pyré momentálně daří.

**hodně úspěchů v podnikání popřál Pavel Kačer ■■■**



Ing. Tomáš Kořínek, syn i otec





# Firmy mohou výrazně ušetřit při efektivní správě tisku a dokumentů

**Mění se způsob práce ve firmách kladé dnes stále větší důraz na fungující řešení pro správu dokumentů. Podle odhadů společnosti Xerox bude v roce 2015 celosvětově 1,3 miliardy pracovníků mobilních a 57 procent firem bude nabízet práci z domova. Tito zaměstnanci budou potřebovat nepřetržitý přístup k firemní síti a firemním dokumentům nezávisle na místě, kde se nacházejí.**

V takto dynamickém pracovním prostředí roste význam služeb, které zákazníkům přinášejí automatizaci a zjednodušení, kladou důraz na bezpečnost dat a umožňují dostat se k těmto datům v potřebné kvalitě a v reálném čase. Díky analýze a optimalizaci šité dané společnosti na míru dokáží tyto firmy zvýšit produktivitu a mobilitu svých pracovníků, chránit svá data, lépe kontrolovat náklady a zároveň je efektivně snižovat. „Společnost Xerox nabízí služby a řešení v oblasti tisku a správy dokumentů ve vysoké kvalitě. Individuálním přístupem k řešení a optimalizaci procesů a tiskového prostředí dokážeme firmám výrazně ušetřit náklady spojené s tiskem i s nároky na čas zaměstnanců. Díky komplexnímu řešení mohou služby Xerox snížit přímé i nepřímé náklady na správu dokumentů, tisk a kopírování v průměru o 25 %“, uvedla Veronika Brázdilová, generální ředitelka Xerox ČR a SR. České firmy kladou při řešení problémů tiskového prostředí, potažmo digitalizace dokumentů, stále důraz zejména na hardware a jednotkovou cenu. To je cesta, která náklady ušetří, ale pouze

v omezené míře. A tady je obrovský potenciál právě ve službách, které pomohou s efektivitou a optimalizací a náklady šetří dlouhodobě a v několika vrstvách.

## Nejčastější problémy firem v ČR ve vztahu k tiskovému prostředí a správě dokumentů:

- ✓ Jednorázová úspora je stavěna nad funkčnost a dlouhodobé snížení nákladů
- ✓ Složitá nepropojená infrastruktura, mnoho systémů, jež jsou vzájemně nekompatibilní
- ✓ Příliš mnoho manuálních kroků v jednotlivých procesech
- ✓ Nevyhovující a špatně umístěné stroje
- ✓ Nízké zabezpečení tiskového prostředí a dat
- ✓ Nepřehlednost nákladů na tisk
- ✓ Zastaralé technologie neumožňující rozšíření o další SW řešení
- ✓ Nekoordinované objednávání spotřebního materiálu
- ✓ Prodlevy při nutnosti servisování zařízení různých značek různými dodavateli
- ✓ Zbytečné personální náklady, neefektivní využívání času zaměstnanců

Výzkumná agentura Gartner označila v rámci své pravidelné studie Magic Quadrant 2014 společnost Xerox (NYSE: XRX) za lídra v oblasti správy tisku a dokumentů. Agentura Gartner se ve své zprávě zabývá rostoucím významem služeb souvisejících se správou obsahu a správou tisku. V tomto segmentu ocenila Xerox nejen za nejucelenější vizi, ale i za nejlepší praktické výsledky. Nová generace služeb správy tisku (Managed Print Services, MPS) od Xeroxu sestává ze tří hlavních fází. Jsou jimi: 1. posouzení a optimalizace tiskového řešení, 2. zabezpečení a inte-

grace a 3. automatizace a zjednodušení. Cílem nové generace MPS od Xeroxu je propojit papírový a digitální svět tak, aby firmy tiskly ekonomičtěji, pohodlněji a bezpečněji.

„To, jak je obsah používán, sdílen a ukládán, je v dnešním proměnlivém mobilním pracovním prostředí jedním z hlavních kritérií úspěchu každého řešení pro správu tisku,“ řekl Mike Feldman, prezident pro oblast služeb pro velké firmy. „Jsme přesvědčeni, že pozice lídra v oblasti správy tisku a správy obsahu, kterou nám přisoudila letošní studie agentury Gartner, potvrzuje správnost

Foto Shutterstock



strategie Xeroxu: pomáhat našim klientům zjednodušovat a optimalizovat firemní procesy zahrnující práci s papírovými dokumenty.“

V oblasti správy tisku není ocenění ze strany agentury Gartner letos jediným úspěchem Xeroxu. Již popáté v řadě byla společnost Xerox označena analytickou společností Quocirca za lídra celosvětového trhu MPS a stejnou pozici Xeroxu přisoudila také zářijová zpráva poradenské společnosti IDC MarketScape, která se zaměřila na poskytovatele správy tisku a papírových dokumentů. (tz)

INZERCE



## Barevný tisk je konečně levnější

Úspora nákladů s tříúrovňovým účtováním:

xerox

Doplňkový barevný tisk	Kancelářský barevný tisk	Grafický barevný tisk

Pro více informací nás kontaktujte na: [cze.office@xerox.com](mailto:cze.office@xerox.com)

# Každý utratí za biopotraviny průměrně jen 170 korun ročně

**Konzumace biopotravin u nás od roku 2011 mírně roste. Jejich podíl na celkové spotřebě potravin a nápojů je ale jen 0,7 %. Procento se už čtyři roky nijak zásadně nemění. Z průzkumu ČSOB Index očekávání firem vyplývá, že čeští pěstitelé a výrobci biopotravin vidí problém hlavně v nízké osvětě veřejnosti. S tou by podle nich měl více pomáhat stát. Firmy ale věří, že poptávka po jejich produktech poroste.**

Po několikaleté stagnaci způsobené ekonomickou krizí začal v roce 2011 trh biopotravin mírně růst. Potvrzuje to 7% nárůst tržeb v roce 2012, kdy spotřebitelé utratili za biopotraviny 1,78 miliardy korun (tzn. 170 korun na obyvatele). „Data za rok 2013 zatím nejsou k dispozici, ale signály z trhu naznačují, že poptávka pomalu roste. V době krize zůstali

## Podíl biopotravin na celkové spotřebě v roce 2010

Rakousko	7 %
Dánsko	7 %
Německo	3,5 %
Švédsko	3,1 %
Francie	2 %
Česká republika*	0,7 %

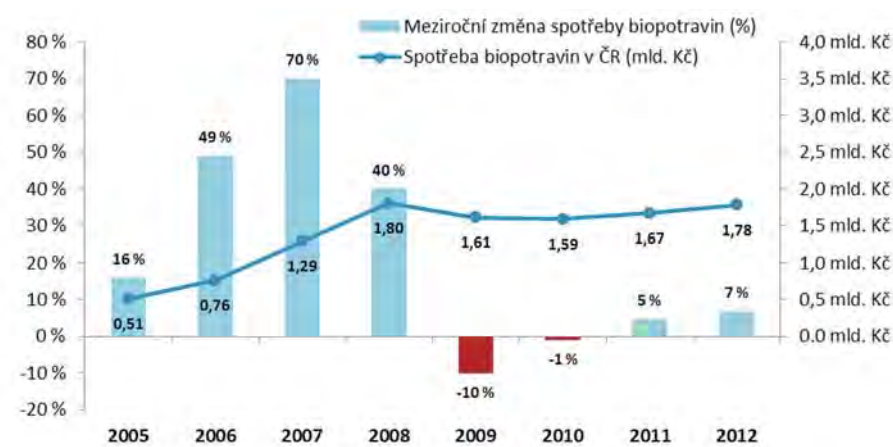
\*údaj z roku 2012

biopotravinám věrní jen ti, pro které je bio životním stylem a trh přišel o občasně zákazníky. Ti se vracejí společně s ekonomickým oživením. Do budoucna producenti očekávají zhruba 10% růst trhu,“ řekl Petr Manda, výkonný ředitel útvaru Firemní bankovníctví ČSOB. Podle podnikatelů brání razantnějšímu navýšení spotřeby hlavně nedostatečná informovanost. Ocenili by v tomto směru větší podporu státu. Navrhují například používání biopotravin ve školních jídelnách, kdy by osvěta probíhala přirozenou cestou už od dět-

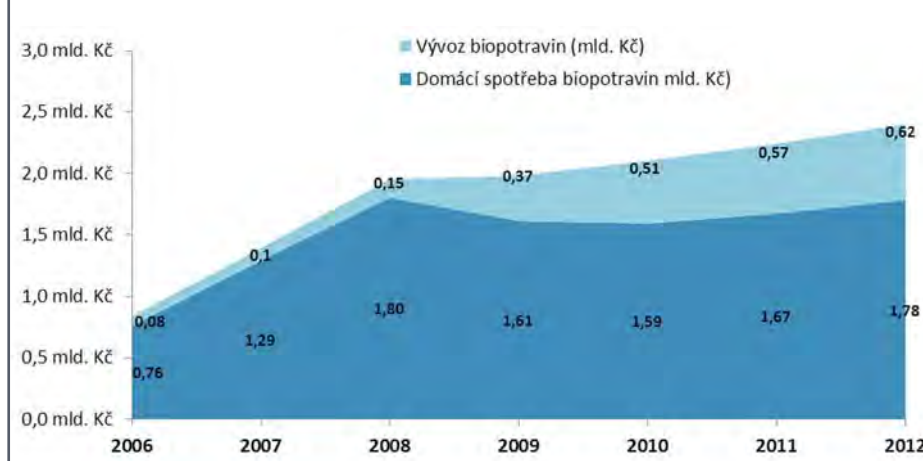
ského věku. Větší angažovanost státu by uvítal například i majitel biopekárny Zemanka Jan Zeman: „Biopotraviny šetří státu peníze díky nezatěžování přírody a lidského zdraví,“ zdůvodnil Jan Zeman svůj postoj. Největší oblibě se u Čechů těší bio mléčné výrobky. Ty tvoří zhruba pětinu trhu s biopotravinami. Na druhém místě jsou dětské výživy a třetí největší kategorií je ovoce a zelenina, včetně ovocných a zeleninových šťáv. Nákup biovýrobků je často motivován snahou rodičů poskytnout kvalitní stravu hlavně dětem, které jsou ke škodlivým látkám citlivější než dospělí.

Mezi spotřebiteli panuje obecná představa, že biopotraviny jsou dražší než běžná produkce a ve většině případů tomu tak skutečně je. Cenu ale leckdy navyšuje složitá cesta k zákazníkovi. Přímý nákup na biofarmách může být levnější než v maloobchodních řetězcích, a to dokonce i ve srovnání s konvenčními potravinami. „My jako svaz tvrdíme, že bio nemusí být dražší,“ uvedla Kateřina Nesrstová, manažerka PRO-BIO Svazu ekologických zemědělců. S tím souhlasí i Tomáš Václavík z agentury Green marketing: „Biopotraviny jsou levnější už dnes, ale ne na regále.“ (tz)

## Spotřeba biopotravin v ČR



## Podíl exportu a domácí spotřeby na celkovém obrátu biopotravin v ČR





# Historie podnikání v Čechách si zaslouží úctu

Pozorný čtenář si všiml, že jsme na podzim v Prosperitě uveřejňovali ukázky z připravované knihy o českých podnikatelích meziválečného období. Jmenuje se Pivo, zbraně i tvarůžky a za jejím zrodem stojí osobnost podnikatele dnešní doby Ing. Michala Vaněčka, Ph.D., MBA, spolumajitele fitmy T-SOFT a.s. Jmenované literární dílo vychází právě v těchto dnech. Věřím, že do mapy businessu zanechá svou stopu a že bude inspirací pro současníky:

**Nadace T-SOFT ETERNITY, kterou jste založil, právě vydala publikaci o podnikatelích meziválečného Československa, tedy osobnostech, které zasáhly do dějin českého businessu. Proč váš tým zvolil právě toto téma?**

Za dobu své existence realizovala nadace celou řadu projektů, k nimž v neposlední řadě patří knihy. Knihy pro děti do nemocnic, knihy pro pacienty, knihu o hendikepovaném sportovci. Proč jsme se rozhodli jako nadace se vůbec pustit do něčeho takového, jako je kniha o podnikatelích První republiky, podnikatelích meziválečného období? Od roku 1989 zažíváme dobu, kdy, pokud se mluví o podnikatelích, tak je „kontroverzní“. Pokud se má mluvit o zločincích, je nejjednodušší, když se napíše, že jde o podnikatele. Tento obecně vnímaný, zažitý a bohužel i pěstovaný přístup je nespravedlivý nejen vůči naprosté většině těch slušných, kteří obětovali svůj život práci pro společnost a tomu, že zaměstnávají lidi. Je to nespravedlivé i vůči naší, často zcela opomíjené historii. Je to nespravedlivé vůči zemi, v níž žijeme. Jaká je vlastně skutečná historie podnikání v Čechách? Zaslouží si hrdoost, pokoru? Nejspíš obojí, ale především úctu. Ve školách se učí převážně politické dějiny, přičemž dějiny hospodářské jsou opomíjeny. I proto jsme se rozhodli uskutečnit tento projekt, knihu o prvorepublikových podnikatelích. A oslovili jsme pro realizaci tým lidí z Karlovy univerzity, tým lidí nejpovolanějších.

**Jak se lze ze začátků a zlaté éry podnikání u nás poučit? Dá se odkaz tehdejší doby nějak definovat?**

Ona to vlastně nebyla až tak zlatá éra. Je potřeba si uvědomit, že se podnikalo již za Rakouska. V roce 1918 se zcela změnila podmínky pro podnikání a s tím se museli

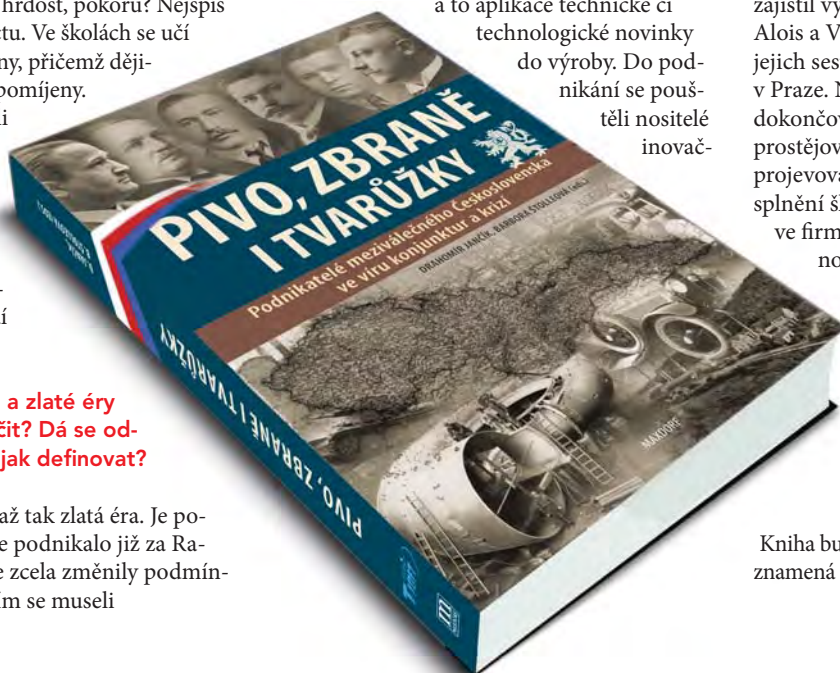
podnikatelé vyrovnat. Zhruba za deset let přišla hospodářská krize. Za dalších deset let přišla druhá světová válka. A za dalších deset let bylo podnikání v Československu na 40 let zlikvidováno. Víte, ona to byla vlastně hodně krátká doba, již srovnatelná s poměrně dlouhou dobou relativně klidného podnikání, které zažíváme od roku 1989.

**Co vás na době Laurinů a Klementů zaujalo, co vás dokázalo inspirovat?**

Zaujalo mne hodně to, co vlastně už existovalo za první republiky. Josef Sousedík měl v roce 1927 patentovaný hybridní automobil, několik postavených prototypů, v nichž sám jezdil. Tedy něco, co se stává běžnou záležitostí až v posledních letech.

**Byli zakladatelé firem tenkrát odvážnější, než jsou lidé obdobných počinů dnes?**

Pro období formování industriální společnosti, které bylo vyplněno rychlým sledem nejrůznějších objevů a vynálezů, představovaly klíčovou úlohu především dva typy inovace, a to aplikace technické či technologické novinky do výroby. Do podnikání se pouštěli nositelé inovač-



Ing. Michal Vaněček, Ph.D., MBA

ního progresivního prvku, tedy vynálezci. Již ve druhé polovině 19. století je možné mezi podnikateli v českých zemích odlišit technicky nadané podnikatelské osobnosti, které založily své podnikání na základě vlastní výzkumné činnosti. To samozřejmě platilo nejen pro české země.

**Najdeme mezi plejádou osobností i nějakou ženu?**

Ve stávajícím výběru ji můžeme najít pouze nepřímo, a sice jako Františku Rolnou. František Rolný se stal prvním prostějovským konfekcionářem české národnosti a nežidovského vyznání. Tady mohu přímo citovat část textu: „V roce 1902 zakladatel rodinné firmy náhle zemřel. Zanechal po sobě manželku Františku a čtyři děti. Těm otec ještě před svým skolem zajistil vynikající vzdělání, dva starší synové Alois a Vilém studovali právnickou fakultu, jejich sestra Hedvika absolvovala konzervatoř v Praze. Nejmladší z dětí, patnáctiletý Arnošt, dokončoval v době otcovy smrti čtvrtý ročník prostějovské realky. Jako jediný ze sourozenců projevoval zájem o otcovo podnikání a po splnění školních povinností denně pomáhal ve firmě, vedené vdovou Františkou Rolnou. Po studiích se roku 1907 vrátil do Prostějova a začal pracovat v matčině firmě, která v té době působila pod názvem Františka Rolného vdova.“

**Kde lze knihu koupit? A bude vůbec ještě k mání? Zájemců je prý více, než jste čekali...**

Knihy bude k dostání v běžné prodejní síti, to znamená na internetu i v kamenných obchodech. otázky připravila Eva Brix



# Pro mužský relax v kuchyni



Vajíčka a Štědrý den či Silvestr k sobě patří. Bramborový salát, řízky, obložené chlebičky, cukroví, vánočka – k tomu všemu vejce potřebujeme. Zejména studená kuchyně

je často doménou mužů a při přípravě obložených mís, jednohubek a podobných radostí se vyřádí a s chutí nechávají pracovat svoji představivost. Vaření je pro mužskou polovinu lidstva i chutným odpočinkem, k čemuž ženy často doplňují svou doušku: kéž by pánové relaxovali častěji! A tak dovolte, abychom i nyní, v letošním prosincovém vydání, za dodavatele vajíček špičkové kvality a výrobci vaječných specialit ještě jednou zavítali, byť jen pár řádky.



Jedna z našich nejvýznamnějších firem v chovu nosnic, výroby a zpracování vajec, společnost OVUS – podnik živočišné výroby ve Slaném-Kvčici, není totiž na stránkách Prosperity i přílohových titulů žádným nováčkem. Kromě mnoha jiných zajímavých informací o sortimentu nebo inovacích je nepřehlédnutelnou i ta, že společnost OVUS je na našem trhu také nejvýznamnějším producentem barvených vajec. Pro tyto účely využívá moderní technologickou linku, která v plném výkonu dokáže vejce uvařit, obarvit v šesti barevných odstínech a šelakem impregnovat skořápku tak, že se

minimální doba trvanlivosti zvýší na 40 dní. Neméně zajímavou je však skutečnost, že na rozdíl od českých poměrů, kdy bývají barvená vejce pouze tradičním doplňkem velikonoční tabule, jsou taková vejce v některých evropských zemích celoroční záležitostí. Na rozdíl od Česka nejsou totiž nijak vázána na jarní tradici a bývají považována za nepostradatelný doplněk třeba piknikového menu. Jedno je však jisté a platí pro Čechy i jiné národy: vajíčka chutnají všem a za každých okolností, v zimě i v létě, a tak není divu, že ta vařená tvoří i součást našich svačin doma či na ces-

tách stejně tak dobře jako prvek zdobný při slavnostních příležitostech. Barevná vajíčka jsou lákavá už na první pohled, oči kupující, navíc tedy s komfortem uspořené práce i času. Vejce s přidanou hodnotou již tedy nejsou ničím výjimečným a lze si této designové laskominy dopřát naplno kdykoli a kdekoli. Samozřejmě za předpokladu, že využijeme nejen podnikové prodejny společnosti OVUS ve Slaném-Kvčici, ale i na jiných místech, kde jsou k mání potraviny či lahůdky obohacené o produkty z OVUS. (nov)

www.ovus.cz

## Kuřecí dobroty z řady Extra bez E

Stále více zákazníků se při koupi masných výrobků zajímá o údaje na etiketě. Sledují hlavně obsah masa a množství přidaných chemických látek. „Éčka“ sice prodlužují trvanlivost a vylepšují vzhled nebo konzistenci výrobků, zároveň ale dlouhodobě zatěžují lidský organizmus. Drůbežářský závod Klatovy pružně reaguje na poptávku, inovuje sortiment a investuje do vývoje nových produktů, které odpovídají moderním trendům zdravé výživy. Produktovou řadu výrobků Extra bez E nyní rozšířil o další novinky, a to Kuřecí klobásu Extra bez E a Kuřecí šunkový salám Extra bez E.

„Těší nás zájem spotřebitelů. Naše uzeniny bez fosfátů, dusitanů a barviv oslovují čím dál více zákazníků, kteří už nehodnotí výrobky podle



ceny, ale podle chuti a kvality,“ řekl Ing. David Bednář, generální ředitel společnosti Drůbežářský závod Klatovy. „Produktová řada Extra bez E spojuje vynikající chuť, které je docíleno vysokým obsahem masa, s kvalitou, kterou zaručují moderní výrobní postupy,“ dodal. Kuřecí klobása Extra bez E je prémiový český výrobek bez lepků, dusitanů a barviv, který obsahuje 82 % libového kuřecího masa. Jelikož jde o uzeninu, jejíž základní složkou je kuřecí maso, odlišuje se od typických klobás výrazně nižším obsahem tuku a naopak větším množstvím bílkovin. Bílkoviny na rozdíl od tuků dokáže lidský organizmus mnohem lépe zpracovat. Kuřecí šunkový Extra bez E je prémiový český zauzený výrobek bez fosfátů, dusitanů a barviv. Jeho devízou je vysoký obsah kuřecího masa z prsou, který tvoří celých 93 %. Velmi nízký obsah tuku řadí uzeninu mezi pokrmy vhodné k redukčním a nízkocholesterolovým dietám. (tz)



# Inteligentní dům za vás myslí při řízení domácnosti

**Chcete vědět, jak se bydlí v inteligentním domě? Zajímají vás nadčasové technologie, které reagují na potřeby obyvatel, zvyšují jejich pohodlí a snižují náklady na provoz domácnosti? Takové parametry má vzorový dům Jubileum v Plzni, který umí mimo jiné vytáhnout žaluzie a rolety, tlumeně vám rozsvítit v obývacím pokoji nebo automaticky aktivovat svítidla při vstupu do objektu. Převážná část domu je ovládána řídicím systémem KNX sestaveným z komponentů společnosti Schneider Electric.**

Do systému inteligentní elektroinstalace KNX je zahrnuto ovládání vnitřního i venkovního osvětlení, které spolupracuje se stínicími prvky, a vytváří tak světelnou pohodu v budově. K dispozici tu jsou také funkce, jako je stmívání svítidel nebo světelné scény. „V domě funguje také meteorostanice, která se podílí na řízení stínicí techniky. To zahrnuje například ochranu žaluzií v závislosti na síle větru, dále osvit, ale také požadavky na topení či chlazení,“ přiblížil možnosti odborník na domovní elektroinstalace Radim Hendl ze společnosti Schneider Electric.

## Ovládáte chytrým a multifunkčním „odchodovým tlačítkem“

Do systému KNX jsou zařazeny i zásuvky, které mohou být zahrnuty pod takzvané odchodové tlačítko. Při odchodu z budovy můžete stiskem

jediného tlačítka od Schneider Electric nejen vypnout v celém domě světelné okruhy, ale zároveň i vybrané zásuvky či další obvody. Tím se snižuje například riziko zapomenuté zapnuté žehličky, která by mohla způsobit v domě požár. Pokud odcházíte, dům se zkrátka sám uvede do klidového režimu, vytápění se ztlumí, všude se zhasne a žaluzie sjedou. V návaznosti na elektronický zabezpečovací systém dům také pozná, zda jste odešli (plně zamčení), nebo jste doma a spíte (zapnutá pouze plášťová ochrana), a uvede sám sebe do požadovaného režimu.

## Systém vytápění, který vám šetří náklady na energie

Systém řídí také vytápění celého domu. Děje se tak díky komunikaci s tepelným čerpadlem a ovládání termoelektrických ventilů podlahové-



ho topení. „Když v domě bydlíte, máte možnost nastavit teplotu v každé místnosti individuálně za pomoci termostatu. Spotřeba tepelného čerpadla je měřena vlastním elektroměrem, systém umožňuje monitorovat spotřebu energií a jejich následnou analýzu. Po vyhodnocení pak můžete jednoduše optimalizovat energetickou náročnost domu a šetřit peníze,“ sdělil Radim Hendl ze společnosti Schneider Electric.

## Svůj domov si ohlídáte před zloději na dálku přes mobil či počítač

Jak vyplývá z policejních statistik, pachatelé vloupání do rodinných domů způsobili v Česku jen za loňský rok škody na majetku, které přesáhly 383 milionů korun. Autoři koncepce domu Jubileum však mysleli i na toto riziko a objekt vybavili vnitřní i venkovní kamerou. Obyvatelé mohou sledovat dění uvnitř i okolo domu přes tablet, chytrý telefon nebo počítač. Navíc mohou celý objekt vzdáleně ovládat. „Například na dovolené si ověříte, pokud dostanete alarmové hlášení na svůj smartphone, zda jde



o planý poplach, či nikoliv, a zda je tím pádem nutný zásah policie,“ podotkl Radim Hendl. Dle potřeb zájemců je možné doplnit i bezpečností dveře a další ochranné systémy.

## Bez nutnosti bourat zdi a pokládat nové kabely

Dalším rysem použité inteligentní elektroinstalace od Schneider Electric je flexibilita. Většina domů a budov je navrhována pro užívání po několik desetiletí. Je proto nevyhnutelné, že dříve nebo později se požadavky na využití místností změní. Přizpůsobení

instalace proběhne v řadě případů pouhým reprogramováním prvků v rozvaděči. Velice snadno změňte fungování domu podle svých momentálních potřeb, navíc při vynaložení nízkých nákladů a bez nutnosti sekát do zdi a pokládat nové kabely. Všechny změny dokáže dodavatelská firma realizovat vzdáleně bez nutnosti vaší přítomnosti v objektu, v případě domu Jubileum je to společnost IBSolution s.r.o.

## Co je a co není inteligentní dům

Nutno podotknout, že všechny shora zmíněné funkce domu o sobě musí vědět a musí spolupracovat. Teprve potom je možné hovořit o inteligentní instalaci. „Inteligentní instalace neznamená samostatné ovládání jedné z funkcí, například topení, byť za pomoci tabletu a z pohodlí pohovky. Inteligentní dům v pravém slova smyslu si s většinou potřeb a změn (teploty, přirozeného světla, rychlosti větru apod.) dokáže poradit sám, aniž by o tom majitel věděl,“ informoval Radim Hendl. Dům Jubileum stojí v Plzni na adrese Nepomucká 1291/211. (tz)

## Seznam technologií a funkcí nejčastěji zahrnutých do inteligentní elektroinstalace KNX Schneider Electric:

- ✓ osvětlení
- ✓ žaluzie, rolety, garážová vrata
- ✓ vytápění a chlazení
- ✓ klimatizace, ventilace
- ✓ sledování kvality vzduch (měření CO<sub>2</sub>, měření vlhkosti)
- ✓ ohřev vody
- ✓ odsávání par
- ✓ solární kolektory
- ✓ zavlažování
- ✓ audiotechnika
- ✓ domácí spotřebiče
- ✓ alarmy, protipožární signalizace, kamery
- ✓ centrální funkce, scény
- ✓ automatické funkce
- ✓ místní či vzdálená správa a vizualizace
- ✓ měření spotřeb
- ✓ bazénové technologie
- ✓ vytápění komunikací, okapů



Foto Shutterstock

# Kdyby jim Eurojackpot vyšel, přestali by pracovat jako zaměstnanci a rozjeli by vlastní business



**O víc než miliardu korun hraje 16 národností. Jak by se jejich příslušníci zachovali, kdyby se jim na kontě objevila částka 1,36 miliardy korun, která byla nedávno v Eurojackpotu? Odborníkům ze SAZKY odpověděl Jacopo, zahraniční student z Itálie, a Smári, pracovník IT podpory původem z Islandu. A nač skutečně mysleli?**

Češi jsou ve sdělování informací o výhrách v loterii svým blízkým velmi opatrní, podobně jako Islandané, a spíš by obeznámili jen ty opravdu nejbližší členy rodiny. Naopak Ital Jacopo by se světil přátelům a rodině, protože by takový příval štěstí nechtěl držet v tajnosti. Pracovníci SAZKY se zeptali i na to, jestli by případní výherci přestali pracovat. „Okamžitě bych odešel z práce a začal bych cestovat a objevovat cizí země a kultury. Koupil bych mnoho domů a hotelů po celém světě a pronajímal bych je,“ nezapřel v sobě otevřenou povahu Jacopo. Smári z Islandu by se zachoval o něco strídmeji: „Už bych se nenechával zaměstnávat a rozjel bych vlastní podnikání. Pravděpodobně víc než jedno.“

A jak by s výhrou dále naložili? Italský student by si koupil Porsche, soukromý tryskáč a loď, několik velkých domů s bazénem, saunou, tureckými lázněmi a wellness a mnoha hřišti pro různé sporty jako golf, basketbal a tenis. Ve svém velkém novém domě by uspořádal oslavu se všemi kamarády i jejich kamarády. Přál by si být zaplaven hromadou alkoholu a krásných dívek. Islandan Smári by si koupil dort a oslavil by výhru výletem na Island.

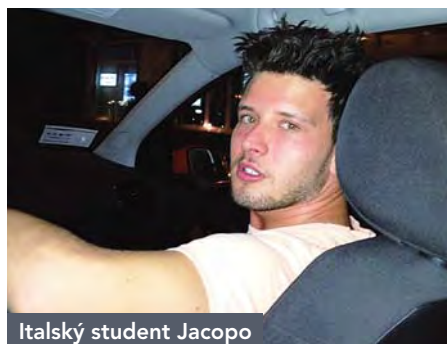
„V Eurojackpotu se hraje o miliardy korun. Hlavní výhra může padnout kdekoliv v 16 zemích a Česká republika byla v pátek 21. listopadu opravdu blízko. Sázejícímu z Moravy chybělo jen jedno číslo a stal by se miliardářem. Přesto si ale odnesl výhru ve druhém pořadí ve výši 17 milionů korun,“ sdělil Václav Friedmann, tiskový mluvčí SAZKY.

SAZKA a.s., je největší a nejstarší loterijní společnost v České republice přibližně s 95% tržním podílem na trhu loterií a jiných podobných her. Hlavními loterijními produkty společnosti jsou číselné loterie s nejnámější hrou Sportka. Kromě číselných loterií jsou v produktové nabídce stírací losy, sportovní kurzové sázky

a rychloobrátkové hry. Druhým pilířem jsou neloterní produkty, kde stěžejní postavení zaujímají služby mobilního operátora SAZKAmobil, prodej vstupenek, dobíjení mobilních telefonů a zprostředkování plateb za služby a zboží.

Své produkty poskytuje SAZKA a.s. hlavně prostřednictvím unikátní prodejní sítě skoro 6900 prodejních míst rozmístěných po celé České republice. SAZKA a.s. je členem nadnárodní investiční skupiny KKCG, působící v 11 zemích na čtyřech kontinentech.

Už jste si dali někdy pod stromeček sen o tom, že by nebylo tak špatné stát se nejen milionářem, ale rovnou miliardářem? Bylo příjemné si představit, co všechno by se dalo s nečekaným obnosem peněz udělat? Obrátilo by vám to život vzhůru nohama? Zaskočilo by vás to? Nebo jste na takovou změnu v životě dokonce podvědomě naladěni, protože pravidelně sážete? Však víte, co se říká: Štěstí přeje připraveným. Tak nezapomeňte, vaše výhra určitě jednou přijde! Vsadte si nejen o Štědrém dnu, ale i na Silvestra a hned v prvním týdnu 2015! Třeba rok s pětkou na konci bude šťastným symbolem i těch pěti písmen slova SAZKA. (tz, rix)



Italský student Jacopo



Islandan Smári



*Moser*

since 1857

DESIGN MOSER 2014

PRODEJNÍ GALERIE MOSER

PRAGUE, NA PŘÍKOPĚ 12, T: +420 224 211 293, STAROMĚSTSKÉ NÁMĚSTÍ 603/15, T: +420 221 890 891

KARLOVY VARY, KPT. JAROŠE 46/19, T: +420 353 416 136, TRŽIŠTĚ 7, T: +420 353 235 303

[www.moser-glass.com](http://www.moser-glass.com)

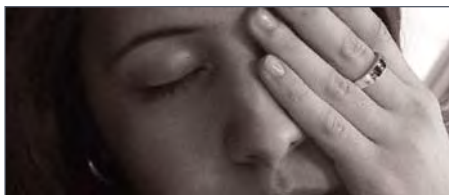




# Češi se v práci stresují až o třetinu více než dříve

**Umíte to se stresem? Rychle vybuchnete i při malém podnětu? Bolí vás záda? Není divu. Zaměstnanci v tuzemských firmách jsou dnes vystaveni zhruba o 34 % více stresovým situacím než zhruba před čtyřmi lety. Přes 50 % zaměstnanců (2,5 milionu) si vliv práce uvědomuje. Neblahý trend potvrzuje i dlouholetá lektorka a konzultantka pro business PaedDr. Olga Medlíková. Podle ní by pomohla manažerům lepší práce se stresem.**

Zaměstnanec má pevně danou pracovní dobu a vykonává každý den rutinní činnost. Ale čím dál více nestíhá. Nadřizený se s ním baví jen tehdy, když jej úkoluje. Stres se výrazně podepisuje na vztahu mezi kolegy a nadřízenými. Ti jej dávají najevo o hodně více než v minulých letech. Důvodem je obrana proti přetížení a tlaku. Více stav postihuje podle dostupných průzkumů zaměstnance nad pětatřicet let. Například data Českého statistického úřadu hovoří jasně: přes půl milionu pracujících je vystaveno nejen fyzickým rizikovým faktorům, ale i duševním.



## Varovné znaky:

- ✓ úzkost
- ✓ vyčerpanost
- ✓ agresivita
- ✓ porucha soustředění a schopnosti rozhodovat
- ✓ častější absence na pracovišti

Olga Medlíková trvá na tom, že je třeba trénovat a posilovat stresovou stabilitu. Tělo silně reaguje nejen na infekce a jejich původce – bakterie a viry – ale i na pocity, zejména pak na strach, zlost či radost. „Stresová stabilita přímo souvisí s vnitřním vyladěním a životním postojem. Míru svého stresu má člověk tedy do značné míry ve vlastních rukou. Stres je vysoce subjektivní faktor. Co pro jednoho člověka je už stresující, může druhý vyhodnotit jako zábavu. Někdy nám jsou lidé a události výzvou, jindy nás sklátí,“ tvrdí PaedDr. Olga Medlíková, lektorka pro business, neziskové organizace a státní správu.

## Stres může přerůst ve vyhoření

Pokud zaměstnavatelé dlouhodobě ignorují duševní zdraví lidí, dojde k vyhoření, depresím a agresi. „Vyhoření je důsledek dlouhotrvajícího stresu. Může se vyskytnout ve firmách, stejně jako u jednotlivců. Lze ho definovat jako ztrátu zájmu, energie, chuti něco dělat nebo měnit. Jako posun v hodnotách,“ vysvětlila

PaedDr. Olga Medlíková. Specializuje se na trénink mluvčích, argumentaci, rétoriku a lektorské dovednosti a radí: „Obecně pomáhá změna. Tím myslím změna režimu práce, odchod z businessu třeba do neziskového sektoru nebo naopak, prospeje, když člověk začne pracovat samostatně, nastoupí cestu osobních rozvojových programů, pomůže rotace, stáž v zahraničí, přestěhování se, práce s výzvou, nový tým.“ Dále pak například zajímavá, náročná, ale zvládnutelná práce, takzvaný social support – síť pozitivních známostí – kontakt, lidská účast, podpora, vědomí vlastní ceny, dostatek informací, důvěra okolí a dobrá zpětná vazba.

## Číslo může být daleko vyšší

Podle čísel odborníků z Výzkumného ústavu bezpečnosti práce zřízeného ministerstvem práce jsou dokonce až dvě třetiny lidí vystaveni v práci stresu, což odnáší zdravotními komplikacemi. Nastávají problémy i zaměstnavatelé, neboť musí řešit finanční ztráty. Vyhnout se dá správnou komunikací, vyjasněním pracovních rolí, zlepšením kolegiálních vztahů či vysvětlivým změn ve firmě. Roste i riziko zranění v práci. Podle průzkumů Evropské agentury pro bezpečnost a ochranu zdraví až pětkrát.

## Jak na zdravotní problémy vyvolané stresem podle PaedDr. Olgy Medlíkové

- Když si během rozhovoru s druhou osobou budete psát poznámky, daleko méně vám hrozí, že vybuchnete a začnete křičet (do poznámek se dá psát i to, kam má zmíněná osoba jít... A nemusí se to vůbec dozvědět).
- Bolavá záda potřebují hořčičk pro výživu svalů, důsledně tláčet ramena od uší dolů, když bolí oblast krční páteře; posilovat břišní svalstvo, jestliže bolí oblast hrudní páteře a prohřívát křížovou kost, pokud bolí oblast bederní páteře.
- Křeče a tiky svalstva zmírní, nebo dokonce odstraní kombinace vápníku, hořčičku a vitamínu B.
- Obtížné usínání ulehčí prohrátí žaludku, křížové kosti a nohou.
- A jestli vás páli záha a nechcete používat léky, rozkousejte a spolkněte tři lžičky máku a bude líp.

Tak se o sebe starejte, protože největší vliv na míru stresu máme my sami. (tz)

[www.satnik.net](http://www.satnik.net)



PaedDr. Olga Medlíková

## Cvičení:

Proti stresu pomáhá hlavně pohyb. Třeba malé „kancelářské“ cvičení, pokud se vám nechce trápit tělo v posilovně: Stoupněte si za židli, těsně za zády opěrku. Stoj spatný, spojte k sobě chodidla, kotníky, kolena, stehna, prsty nohou rozprostřete do široka. Poté se předkloníte přes zády opěrku židle a pokuste se dosáhnout prsty rukou co nejbližší k podlaze. Vytahujete se z pasu, hlava volně visí. Dýcháte uvolněně a hluboce. Po chvíli se pokuste ještě trochu více přiblížit prsty rukou k podlaze. Poté se pomalu vzpřimujete, pohyb jde opět z pasu. Zvedáte se kulatě, obratle po obratli. Když jste zcela vzpřímeni, s nádechem vzpažíte a opět z pasu co nejvíce vytáhnete ruce vzhůru. Pohled míří za prsty rukou. S výdechem spustíte ruce do pozice modlitby. Cvičení opakujete 6x.

## Čísla z Evropy:

- ✓ ⅓ zaměstnanců jsou v práci vystaveni stresu. Výsledkem může být kromě depresí i pracovní úraz.
- ✓ 59 % zaměstnanců je vystaveno nepřijatelnému jednání – například šikaně nebo obtěžování.
- ✓ 66 % zaměstnanců je vystaveno nadměrné pracovní zátěži.
- ✓ 72 % zaměstnanců trpí reorganizací v práci nebo nejistotou zaměstnání.
- ✓ 50 % zaměstnanců říká, že se proti stresu na jejich pracovišti dostatečně nebojuje.
- ✓ ⅓ zaměstnanců považuje stres za nejzávažnější zdroj zdravotních problémů.
- ✓ 5x může stres zvýšit počet pracovních úrazů.
- ✓ 240 miliard eur jsou celkové náklady v Evropě na psychická onemocnění.

Zdroj: Evropská agentura pro bezpečnost a ochranu zdraví při práci na [osha.europa.eu](http://osha.europa.eu)



# Hospodářská komora, loterie i kasina

**Při pražské hospodářské komoře (HKP) byla založena Sekce pro regulaci loterií a jiných podobných her jako odborná platforma, která si klade za cíl v diskuzi s politiky a odbornou veřejností pracovat na spravedlivých a transparentních legislativních pravidlech pro tento obor podnikání.**



„Vzhledem k tomu, že záležitost loterií a jiných her je velmi dlouho opakovaným, ale v praxi málo řešeným tématem, a podnikatelé z oboru jsou členy hospodářské komory, rozhodlo představenstvo HKP, že zřídí sekci pro regulaci loterií a jiných podobných her. Slovo regulace je velmi zásadní proto, že jde o jasné systémové rozhodnutí vyvolat diskuzi o formách a způsobech regulace loterií a jiných podobných her,“ řekl předseda nové sekce Ing. Michal Leder. Problematika tohoto podnikání je velmi složitá.

Reguluje a licencuje ji státní správa a dotýká se také samosprávných orgánů. V minulých měsících se na Hospodářskou komoru hl. m. Prahy obraceli zástupci zejména komunální sféry ve věci loterií a jiných her, ale také společnosti z oboru sázkových a jiných her. Na základě tohoto zájmu vznikla sekce jako fórum, kde se mohou setkávat odborníci na loterijní a jinou problematiku ve smyslu možné regulace. „V loterijním podnikání musí platit jasná pravidla. Ten, kdo je dodržuje, by měl mít jis-

totu, že podnikat v oboru bude,“ zdůraznil Michal Leder.

Sekce spojuje významné firmy z oblasti loterií a jiných podobných her nejen na pražském, ale celém českém trhu. Na jednání sekce budou zváni zástupci Ministerstva financí ČR (projednáván nový zákon o loteriích a jiných hrách), Ministerstva vnitra ČR (bezpečnost je důležitou součástí agendy sekce), Hlavního města Prahy (zásadní kompetence pro území Prahy), městských částí, Magistrátu hl. m. Prahy (státní správa) a další odborníci. Prvním úkolem sekce je předložit kvalifikované připomínky k návrhu zákona o hazardních hrách, který je v současné době připravován Ministerstvem financí ČR. Následně chce sekce zpracovat spravedlivý a transparentní model regulace heren a kasin na místní úrovni. Sekce chce dále řešit i dlouhodobý deficit v poskytování transparentních informací o tomto oboru podnikání a organizovat programy společenské odpovědnosti. Za obor zábavního průmyslu bude sekce prezentovat statistiky hospodářských výsledků i zaměstnanosti. (tz)

## Nevánoční čtení

**Podnikatel a stavitel Tomáš Kozák čas od času napíše knížku. Jeho slova vzbuzují často u čtenářů a hodnotitelů rozpaky, u jiných nadšení, a u těch, kteří mají více času na listování, spousty otázek. Na některé možná hledají odpověď stejně tak jako Tomáš Kozák, na jiné ji nenajdou nikdy. Právě nyní vychází publikace nazvaná Sputnik a Malý princ. Jde o glosy ze života, sem tam dost drsný cynismus, i když jak se to vezme. Knihu vydal Pavel Jeřábek – nakladatelství Plot ([www.plotknihy.cz](http://www.plotknihy.cz)). Přetiskujeme dva úryvky:**

### Dojička

Tak jsem si na padlé dívce ověřil, že když se člověk nezeptá, většinou se nic nedozví. Daleko víc se dozví, když se neptá, ale nechá mluvit. Mlčení je někdy důstojnější než klást nahluplé otázky typu: Poslouchají vás hvězdy? Proč pijete? Proč berani okusují keře? Co je to rád? Co znamená ochočít? A tak. Tyhle nahluplé otázky mě v Malém princí děsily už od mládí. Řekl jsem si, že to s tím mlčením při dnešním setkání zkusím. Až tu dnešní zahlídnou, zeptám se tím mlčením (ne hned), jestli jako není princezna; mohlo by ji to znepokojit. Půjdu na to oklikou, chytře, tak nějak od lesa.

### Dívka od Moneta

K asteroidu 332 jsem se musel protáhnout sluneční soustavou. Protože byl na odvrácené straně k Měsíci, domníval jsem se, že vzhledem k této poloze bude neustále ve stínu. Ale nebylo tomu tak. Moje další adeptka na malou princeznu ležela na zelené louce poseté žlutými petrklíči zalitými sluncem. Měla na sobě modro-bílé šaty a vlasy protkané bílými koptretinami. Všechny barvy jako by namíchal Claude Monet v zahradě v Giverny. Jen zrzavou, to byly dívčiny vlasy, tam neměl. „Máte to tu moc krásné,“ pozdravil jsem dívku. „Děkuji, ale to není moje práce. Tady na odvrácené straně jsme blíž k Bohu. To všechno on...“ Moc hezky se na mě usmála. „Jste cizinec, poznám to. Nikdy jsem vás tady neviděla. Jste ze Země? Vážně? U vás, když někdo umře, tak je dyl mrtvej, je to tak?“ „Možná. Ale na tom pak přece nezáleží.“ Pokývla hlavou. „Záleží. A jak. Tady je všechno obrácené. Bohužel.“ Nevěděl jsem, proč řekla bohužel. Vůbec jsem si to nedovedl představit. Vždycky, když jsem potkal nějakou dívku, trvalo mi dlouho, než jsem pochopil, co chci a co od ní mohu čekat. „A na Zemi je Amerika? Byl jste tam někdy?“ „Byl, jednou.“ „A co se vám tam nejvíce líbilo? Jako na kultuře?“ „Asi letišť, protože se z nich dá odletět zpět do staré dobré Evropy.“

připravila Eva Brixi



*Sputnik a malý princ* jsou čtivé minipovídky, ve kterých autor, jako vždy, hrubě a vtipně ignoruje požadavky dobrých mravů, politické i náboženské korektnosti a provokuje svým náhledem na feminismus.

Tomáš Kozák, originální glosátor života, bezpečně urazí i pobaví každého čtenáře nejen svým upřímným přístupem k životu. Jako rukojmího drze a výstředně použil Saint-Exupéryho malého prince a mnohé z nás probudil ze snění.



## Před Vánoci jinak

Plánují vánoční svátky, dárky, pečení, překvapení, program na dny volna. Konzultují se svými blízkými. Na jakoukoli otázku dostávají stále stejné odpovědi: Ne, raději žádné dárky, nikdo mě do obchodů v prosinci nedostane, nenávidím ten mumraj a spěch, nesnáším předvánoční blázinec. O tom přece svátky nejsou nebo být nemají. Šílené kolony aut, šílení chodci, šílení zákazníci, šílené pokladní, ne, už nikdy! Závěr

rádoby rozumné diskuze končí silnými emocemi. Na každého sedá děs běs z toho, jak všichni potřebují, musí, chtějí během posledních hodin do Štědrého dne stihnout i konec světa. Všude se finišuje, i odpolední kafe na poradě je nervózní. Podrážděnost namísto veselí, špetky nostalgické radosti z chvil, které vepisuje do našich srdcí závěr roku. Vůni cukroví, svíček a jehličí přehluší vzpomínky na loňský či předloňský fořr, kdy každý z nás nechal ledascos na poslední chvíli. Ne, takové Vánoce ne. Pokud nebudou ladit s povzneseností ducha a touhou rozdávat kousek sebe, směřovat k pohodě a štedrosti pojetí těch několika zvláštních dnů v roce, pak je lépe je neslavit. Že by čas plných nákupních vozíků přehazoval výhybku a vedl nás po dráze pravého prožitku a slavnostních chvil? Nasytění hmotnými statky přesvědčujeme se, že ne vše je o hojnosti a množství? Kdoví. S noblesou v duši tak nějak všeho akorát.

Eva Brixí, šéfredaktorka

## čtete s námi

## V daních si ČR nepatrně polepšila

**Česká republika obsadila 119. místo v žebříčku jednoduchosti placení daní v právě zveřejněné studii Světové banky a PwC Jak se platí daně (Paying Taxes) 2015.** Proti loňsku si polepšila o tři příčky (122. místo v Paying Taxes 2014). Středně velká česká firma stráví v průměru 413 hodin zpracováním agend a přípravou podkladů spojených s výběrem daní. To je stejně jako loni. Za posledních pět let ale klesla tato doba o neuvěřitelných 517 hodin. Proti loňsku nepatrně vzrostlo daňové zatížení modelové firmy – podíl všech daní a odvodů se zvýšil na 48,5 % z 48,1 %. Počet hodin strávených touto administrativou zůstal na loňských 413 hodinách. „Lepší pozice Česka je dána nárůstem daňových povinností v jiných ekonomikách. Pro firmy v Česku je na jednu stranu pozitivní, že byly letos ušetřeny výraznějších změn, na druhou stranu patří český daňový systém k nejnáročnějším v EU. V následujících dvou letech neočekáváme výrazné zvyšování sazeb ani celkové daňové zátěže. Je však pravděpodobné, že některé změny mohou mírně zvýšit administrativní náročnost placení daní v Česku. Jde například o novou přílohu k daňovému priznání právnických osob týkající se transakcí se spojenými osobami nebo o nové kontrolní hlášení, které bude muset od roku 2016 podávat většina plátců DPH. Zároveň nedojde k dříve plánovaným změnám, které by bývaly mohly přispět ke snížení administrativní zátěže, jako např. zavedení jednoho inkasního místa,“ upozornil David Borkovec, vedoucí partner Daňových a právních služeb PwC Česká republika. Průměrně zaplatí středně velká firma ze svého zisku na všech daních a odvodech 40,9 % prostřednictvím přibližně 26 plateb. Daňovou administrativou stráví za rok 264 hodin. (tz)

## Prosperita Fresh Time

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 3, prosinec 2014

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

Šéfredaktorka: Eva Brixí, e-mail: brixii@prosperita.cz, mobil: 602 618 008

Obchodní ředitel: Martin Šimek, e-mail: martin@prosperita.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 označeny grafickým symbolem ■■■

[www.freshtime.cz](http://www.freshtime.cz)

## Více než polovina českých start-upů chce expandovat do zahraničí

**Více než polovina zakladatelů chce svůj start-up přesunout do jiných zemí, nejčastěji do Velké Británie nebo USA. Důvodem je rostoucí zájem o nové trhy, ale i složitost českého daňového a právního systému. Tento závěr přinesl průzkum Start-up Survey 2014 společnosti KPMG Česká republika.**

Každý rok vznikají ve světě tisíce nových start-upových projektů. Velká část takovýchto projektů v České republice je v úvodní fázi financována z úspor zakladatelů. „S projekty tohoto typu se nejčastěji setkáváme v oblasti informačních systémů, softwaru jako služby, médií a zábavy,“ konstatoval Petr Škoda, Partner, KPMG Česká republika. Zakladatelé start-upů berou své podnikání více než vážně. Většinou jde o jejich jediné zaměstnání, pro jehož rozjezd využívají vlastních finančních zdrojů. Investoři, kteří jsou ochotni do jednoho start-upu v průměru investovat až jeden milion eur, se shodují, že finančních prostředků je na trhu dostatek. Co naopak chybí, jsou vhodné investiční příležitosti. Získat finanční prostředky z externích zdrojů není pro zakladatele start-upů snadné. Zájem investorů totiž většinou ochladne vinou nedostatečných prezentačních dovedností, slabého finančního plánování či pochybami o schopnostech zakladatele v oblasti leadershipu.



Foto Shutterstock

## Muže nejčastěji motivuje touha vytvořit něco nového

Ve více než 70 procentech případů jsou v kolonce zakladatel start-upu napísáni výhradně muži. Tento fakt lze odvodit zejména oblastmi, v nichž se nové start-upy nejčastěji rodí. „Nové projekty vznikají zejména na poli informačních technologií a médií, jak dokazuje i samotné vzdělání jejich zakladatelů. Celých 37 procent dotazovaných studovalo informační technologie,“ vysvětlil Petr Škoda. Motivací pro založení nového projektu je zpravidla touha vytvořit něco nového nebo změnit konkrétní odvětví k lepšímu. Finanční motivaci má pak více než polovina dotázaných (54 procent). Všichni ale věří, že jejich produkt je buď naprostou inovací, nebo alespoň vylepšením toho, co na trhu již existuje. Více než třetina dotázaných (37 procent) pak spolupracuje s maximálně dvěma zaměstnanci. Zároveň ale deklaruje snahu počet do budoucna zvyšovat. „Dynamika procesu je více než slibná. Řada start-upů vykázala v roce 2014 zdvojnásobení zaměstnanců a růst tržeb o rovnou polovinu,“ uvedl Petr Škoda.

## České start-upy v konkurenci obstojí

Z průzkumu dále vyplývá pozitivní hodnocení českých start-upů – silnou stránkou je zejména technická odbornost zakladatelů, ale i jejich kreativita a schopnost kriticky uvažovat. V úspěchu místní start-upy naopak brzdí nedostatky ve finančním plánování, znalosti regulace, sebeprezentaci a řízení firmy. „České start-upy mají ve světě dobrý zvuk. Produkty z nich vzešlé jsou vnímány jako cenově dostupné a pracovní síla jako kvalifikovaná ve svém oboru,“ uzavřel Petr Škoda. Toto prostředí navíc podle více než poloviny respondentů posílilo v období posledních 12 měsíců. Navzdory tomu chce většina českých start-upů po období růstu přesídlit do jiných zemí, nejčastěji do Spojených států či Velké Británie. Hlavním důvodem je geograficky vhodnější poloha pro vstup na nové trhy, dalšími pak složitý český právní a daňový systém, ale i snazší přístup k externímu financování, ke kterému již přistoupila bezmála polovina dotazovaných. (tz)



# Jak vítězit na trhu: špičkovou kvalitou a usilovným vývojem

**Šéfové českých firem jsou ohledně dalšího podnikání optimističtí. Například jen zhruba 5 % průmyslových podniků hodnotí svou situaci jako špatnou. Doslédčuje to konjunkturální průzkum Českého statistického úřadu (ČSÚ). Podle technických firem je nejlepším receptem na prosperitu i boj s konkurencí špičková kvalita a inovace.**



Za první pololetí letošního roku vzrostl podle statistiky ČSÚ výkon všech průmyslových odvětví meziročně o 3,2 %. České podniky tak společně dosáhly nejvyššího tempa růstu od počátku roku 2011, kdy v Česku naplno udeřila světová ekonomická krize. A dobrou náladu potvrzují nejenom tvrdá ekonomická data, ale i názory šéfů firem. Celkem 33,5 % respondentů zájmového konjunkturálního průzkumu ČSÚ hodnotí svou ekonomickou situaci jako dobrou, 61,4 % jako uspokojivou a jen 5,1 % jako špatnou. Průzkum se týkal 951 průmyslových podniků, přičemž tržby těchto firem představují více než polovinu celkových tržeb za průmyslové společnosti na českém trhu. I když zákazníci nepřestávají hledět na co nejnižší cenu pořizovaného zboží, české firmy v reakci na ekonomickou recesi přizpůsobily podnikatelskou strategii. Příležitost vidí zejména v nabídce produktů vysoké kvality či v úzké specializaci. Jako příklad v průmyslové oblasti může sloužit společnost MediCom dodávající lasery, které jsou určeny k řezání, sváření či gravírování. „Naše firma dává přednost kvalitním produktům, které vyrábíme z kvalitních, a tudíž i dražších komponentů. Co se týče trendů, vidíme prostor v rychlosti značení materiálů lasery. Vyšší rychlost totiž znamená pro naše zákazníky možnost navýšení produktivity,“ popsal Tomáš Vozáb ze společnosti MediCom. Firma RSBP za prosperitu vděčí své úzké specializaci. Stejněmu oboru se po světě věnuje jen asi deset konkurentů. „Šetření ze strany firem nevnímáme. Na bezpečnosti si podniky nemohou dovolit spořit,“ doplnil Filip Štroch z firmy RSBP, která dodává přístroje zajišťující ochranu před výbuchem a požáry v průmyslu. Průzkum ČSÚ přitom zaznamenal pozitivní náladu i ve stavebnictví. Výzkumníci se ptali vedle 487 podniků, tento soubor pokrývá zhruba polovinu stavebních prací provedených ve stavebnictví v Česku celkem. V průzkumu hodnotilo 17,8 % respondentů svou ekonomickou

situaci jako dobrou, 68,7 % jako uspokojivou a 13,5 % jako špatnou. Celkem 29,6 % respondentů navíc konstatovalo, že v září stavěli oproti předchozímu měsíci více, stavební činnosti omezilo 16,6 % respondentů a u ostatních (53,8 % stavebních prací) ke změnám nedošlo. Zlepšení ve stavebnictví cítí i společnost Flex-Elektronářadí, která v Česku dodává stavebníkům profesionální nářadí německé značky Flex. Zatímco v předchozích letech se například stalo trendem, že si řemeslníci a firmy začali chodit pro levné elektronářadí do hobby-marketů, místo aby si zakoupili výbavu u profesionálních obchodníků, nyní je ta doba pryč. „Oproti loňsku cítíme na trhu uklidnění. Firmy si uvědomily, že nízká cena není vše a hledají znovu kvalitu. Trh se asi dlouho nevrátí do roku 2002, ale obchodníci jsou výrazně spokojenější,“ konstatoval jednatel firmy Flex-Elektronářadí Jan Skala a dodal: „Snažíme se bojovat s levnou asijskou konkurencí zejména vývojem.“ Vývoj produktů Flex je přitom podle něj postaven na výsledcích dlouhodobého testování přímo v praxi, tedy v průmyslových provozech a na stavbách. V odvětví obchodu, které společnost Flex-Elektronářadí zastupuje, se v září hodnocení současně ekonomické situace respondentů meziměsíčně mírně zvýšilo. Ekonomickou situaci svého podniku podle ČSÚ hodnotilo jako dobrou 35,2 % respondentů, 53,7 % jako odpovídající sezoně a 11,1 % jako špatnou. Zhoršení své ekonomické situace očekává jen 13,6 % obchodníků. (tz)

## Moderní bakalářský program pro praxi firem

**Od následujícího akademického roku bude na Fakultě elektrotechnické Českého vysokého učení technického v Praze otevřen nový studijní program Softwarové inženýrství a technologie, který je úzce zaměřený na spolupráci se soukromým sektorem.**

Program Softwarové inženýrství a technologie (SIT) je moderní bakalářský program silně orientovaný na praktické znalosti a dovednosti. Klade si za cíl vychovat plnohodnotné softwarové inženýry za pouhé tři roky. Jeho hlavní výhodou je silná orientace na praxi a možnost zúčastnit se stáží v soukromých podnicích již během studia. Studenti si rovněž mohou zvolit zaměření výuky dle svých osobních preferencí – od studia webových technologií, počítačových sítí a in-

formačních systémů až po multimediální technologie. Součástí studia jsou také ekonomické a právní disciplíny. Garant programu docent Jiří Vokřínek z Fakulty elektrotechnické ČVUT k jeho náplni dodává: „Jsem velice rád, že mohu vést program, který flexibilně reaguje na potřeby pracovního trhu. Poptávka po kvalitním vzdělání v technických oborech neustále roste a naším cílem je vychovat takovou generaci softwarových inženýrů, která bude schopna uspokojit potřeby současného pracovního trhu.“ V letošním roce byl také na Fakultě elektrotechnické ČVUT otevřen výběrový studijní program Otevřené elektronické systémy (OES), jehož bakalářská etapa poskytuje univerzální, nadčasové teoretické vzdělání. V magisterském stupni jsou poznatky doplněny oborově profilovanou, prakticky aplikovatelnou inženýrskou nadstavbou. Pro pro-

gram je charakteristické úzké propojení matematicko-informatických principů s návrhem elektronických systémů. Výhodou studia programu OES je osobní přístup pedagogů, možnost studovat v angličtině nebo se zapojit již během studia do výzkumných projektů. (tz)





# 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

Děkujeme všem obchodním partnerům a zákazníkům za dosavadní spolupráci, přejeme všem mnohé pracovní i osobní úspěchy v nadcházejícím roce 2015 a těšíme se na další spolupráci.

vedení společnosti **GASCONTROL, společnost s r. o.**  
člen konsorcia **GASCONTROL GROUP**

## **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](mailto:gascontrol@gascontrol.cz)

[www.gascontrol.cz](http://www.gascontrol.cz)

