

únor 2015

fresh® TIME

PROSPERITA

Osobnosti tohoto vydání:

Jan Rýdl

Tomáš Reitermann

Petr Višňovský

Pavel Müller

Jan Sedláček



Ing. Jan Rýdl ml., MBA

**Jedinou konstantou je neustálá
změna a jiné to už asi nebude**

rozhovor na stranách 2-4

Jedinou konstantou je neustálá změna a jiné to už asi nebude



Ing. Jan Rýdl ml., MBA

Děkuji náhodám, které prý neexistují, ale kdo ví, jak to všechno je... Do mé profesní dráhy mi přináší občasná setkání s majiteli, manažery, osobnostmi českého průmyslu, a já si těch okamžiků nesmírně vážím. Jsou inspirativní, otvírají mi oči. Generační dvojici mužů, jimž ráda naslouchám, jsou odborníci stejného jména i příjmení: Ing. Jan Rýdl starší, předseda správní rady TOS VARNSDORF a.s., a syn Ing. Jan Rýdl, MBA, který působí v roli statutárního a generálního ředitele jmenované společnosti. Jejich firma patří ke stálícím našeho exportu a reprezentuje vzácné know-how české strojařiny. Proč? Odpovědi najdete ve slovech Ing. Jana Rýdla mladšího:

Světové trhy, kde přestává platit, co bývalo zvykem, střet Ruska a Ukrajiny, konzervativní Evropa, nadějně vyhlídky ekonomiky USA, stále ještě složitá Čína: exportéři, hledejte nová odbytí... Ono se to analytikům řekne. Jak vidíte příležitosti pro české firmy očima vaší firmy? Je realita opravdu plná pesimizmu, nebo spíš zbytečně podléháme davové psychóze?

Svět je složitý a nikdy už nebude asi jednodušší. V minulosti jsme byli zvyklí, že po krátké fázi recese, zpravidla trvající dva až tři roky, přichází doba konjunktury v rozsahu sedmi až deseti let. Tato doba je podle mého názoru nenávratně pryč. Současnost dle slov klasika managementu Petera Druckera charakterizuje turbulence. Jedinou konstantou je neustálá změna. Co mohou firmy s tímto fe-

nomémem dělat, aby byly nadále úspěšné? Musí jej akceptovat, být více flexibilní a pracovat. Podléhat pesimizmu k ničemu nevede. My v dané situaci vidíme především příležitost k dalšímu rozvoji. Nepotřebujeme rady typu „výpadek vývozu do Ruské federace v důsledku uvalení sankcí nahradíte nalezením nových trhů“. To víme sami. Jestli od státu něco potřebujeme, pak jsou to stabilní podmínky pro podnikání, zajištění kvalifikované pracovní síly na trhu práce a jako bonus podporu aplikovaného výzkumu a vývoje. Působnost státních institucí v zahraničí sice může napomoci k navázání kontaktů, ale reálné obchody budeme muset vždy vyhledat a uzavřít sami. Nepodléhám davové psychóze, věřím v naše lidi, jejich schopnosti a v náš produkt. To mi pomáhá hledat cestu dál.

VARNSDORF TOS

TOS Varnsdorf má u nás i za hranicemi vynikající jméno. Jste prostě špička. Jak se takový úspěch buduje? Co za ním stojí?

Přestože vnímání úspěchu může být pro každého člověka jiné, jsem osobně přesvědčen, že v případě TOS VARNSDORF o úspěchu hovořit lze. Za jeho budováním stojí především rozsáhlé investice do vývoje a výzkumu nových technologií, výrobků a služeb, do zkvalitňování vlastní výrobní základny, a především do osobního rozvoje a motivace našich pracovníků. Bez zvyšování a uchování znalostí a dovedností našich lidí by nebylo možné jakéhokoliv úspěchu dosáhnout. Ten nikdy nepřichází sám od sebe, úspěch je zapotřebí si zasloužit každodenní poctivou prací všech ve firmě.

Etablovat se na jiném než evropském trhu není levné a nejde to ze dne na den. Jak jste se probojovali například do USA? Čím jste pro americké firmy zajímaví?

V současné době se často hovoří o globalizaci trhů, což však nemusí nutně znamenat, že tyto trhy jsou stejné či že se chovají podobně. Při vstupu na jakýkoliv zahraniční trh si vždy kládeme otázku, co můžeme zákazníkům na tomto trhu nabídnout a zda rozumíme důvodům, proč bychom mohli být zde úspěšní. Americký trh je specifický tím, že je zaměřen zcela pragmaticky na poměr užitná hodnota versus cena. Jinými slovy naši američtí zákazníci skoro vždy volí tu variantu, která jim zajistí v krátkém horizontu splnění jejich momentálních výrobních potřeb za co nejnižší cenu. Naše produkty jsou charakteristické univerzálním použitím, kterému je přizpůsobeno i vybavení stroje. Umíme však nabídnout i specifické řešení uzpůsobené pro konkrétní technologii, a to mnohdy rozhoduje. Naše reference v USA a Kanadě v tomto ohledu hovoří samy za sebe.

Obráběcí stroje, to je pořád dost velké know-how, a ta česká chytrost ve světě stále něco znamená. Co především?

O tom, že naši předkové nám zde zanechali obrovské dědictví, na kterém dodnes staví řada špičkových českých strojírenských firem, není

pochyb. Know-how, které se dědí z generace na generaci, tu stále je. Potíž však je, že u mladých lidí náš obor ztrácí svou popularitu, a tím se jejich zájem o pokračování této tradice vytrácí. Jde o celospolečenskou záležitost, která není specifikem ČR. Stejný problém tíží snad kromě asijských států celý svět. Jasně to dokládají moje osobní zkušenosti z rozhovorů se zákazníky. Například při jednání u zákazníka v USA mi jeden majitel firmy sdělil, že náš stroj okamžitě koupí, ale za podmínky, že mu k němu přidám i člověka, který ho bude obsluhovat. Takovýchto příkladů bych mohl popsat mnoho. Zkrátka lidí, kteří mají znalosti, dovednosti, cit a lásku pro řemeslo bohužel ubývá. To musíme změnit, chceme-li, aby i naši následovníci měli na čem stavět tak jako my.

Byli jste jednou z prvních našich společností, které vyrazily na čínský trh, a také to pár let trvalo, než jste našli takového partnera, s nímž jste postavili společný podnik. Jak vypadá spolupráce dnes? A přiučili jste se něčemu od čínské strany?

Náš společný podnik jsme založili už v roce 2005. Hledání vhodného partnera nebylo vůbec jednoduché a upřímně řečeno, start společného podniku byla přes všechny přípravy a analýzy stejně sázka do loterie. Naštěstí mohu s odstupem času konstatovat, že naše volba byla správná. Přestože současně výsledky našeho společného podniku „pokulhávají“ za vytyčenými cíli na začátku naší spolupráce, jednoznačně musím zhodnotit rozhodnutí k založení společného podniku jako prospěšné a správné. Bez tohoto kroku bychom zřejmě čínský trh a jeho specifika vnímali jen velmi vzdáleně. Pro jeho pochopení je nezbytné být v Číně přítomen na denní bázi. Současné horší výsledky našeho společného podniku oproti očekávání jsou způsobeny spíše změnou nákupních zvyklostí čínských zákazníků než produkty, které ve společném podniku vyrábíme. Důkazem toho mohou být i zlepšující se prodejní výsledky naší druhé čínské dceřiné společnosti, která prodává v Číně stroje, které vyrábíme u nás doma. Čínští zákazníci se zkrátka začínají přiklánět k evropským výrobkům místo k čínským, přestože si za ně musejí zpravidla trochu připlatit.

Směřujete do Jižní Afriky, rádi byste se více spřátelili s Jižní Amerikou a za velký potenciál pro vývoz obráběcích strojů považujete Mexiko. Zejména poslední jmenované teritorium a některé země Latinské Ameriky lze dobyt jen na základě nelehce získaných kontaktů, ale to je prý nadlidský úkol. Jak byste charakterizovali tento trh?

Snaha o získání nových trhů je vždy základem strategie růstu. Přestože tento přístup v sobě skrývá řadu rizik, je kromě růstového potenci-

álu i zdrojem pro diverzifikaci teritoriálního rizika. Myslím si, že současná situace kolem prodeje do Ruské federace je toho zářným příkladem. Proto se snažíme mít celosvětovou působnost. Zajímají nás všechny trhy, které vyhodnotíme z hlediska našich produktů jako zajímavé. Jižní Afrika, Jižní Amerika a Mexiko tak nemůžeme přehlédnout. Jak jsem již řekl, všechny zeměpisné oblasti jsou vždy něčím specifické. O Mexiku to platí také. Je zde jasná vazba na americký trh, především obchodní vazby na zákazníky v USA. Ne nadarmo je Mexiko s trochou nadsázky nazýváno „výrobní základnou USA“. Z tohoto důvodu tento trh přebírá mnohé z charakteristik, které platí pro trh v USA. To, co je ale pro všechny trhy stejné, je fakt, že bez zkušeného a seriózního partnera se na cizím trhu neobejdete. Zde to platí o to více, že řada míst v Mexiku je pro naše evropské vnímání bezpečnosti poněkud problematická.

Kudy jde vaše inovace? Můžete prozradit, o čem nyní přemýšlíte?

Inovace je základ podnikání. Bez ní můžete chvilku žít, ale ne přežít. Proto považuji investice do inovací za stavební kámen našeho

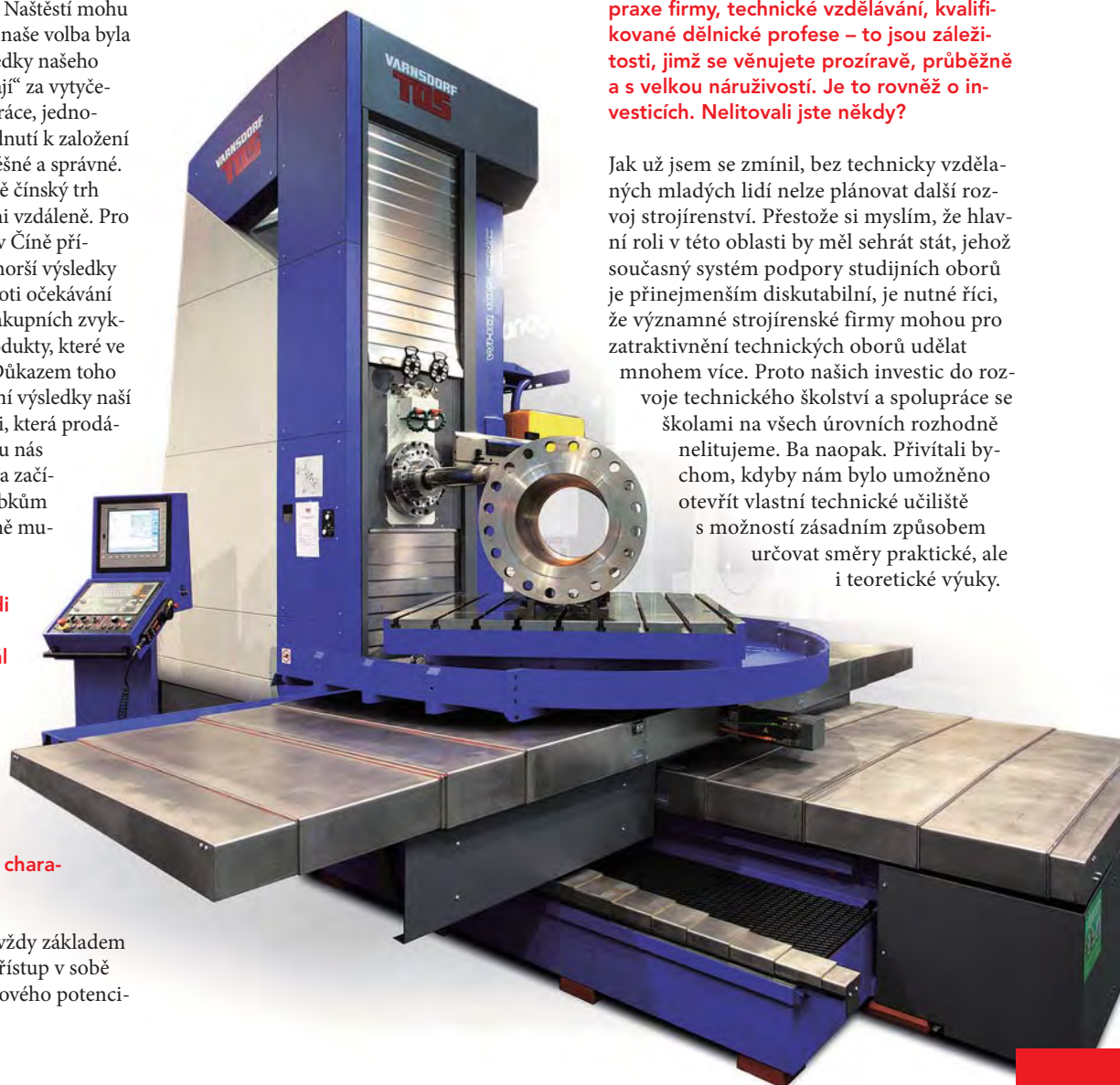
dalšího rozvoje. Například v loňském roce jsme uvedli na trh tři zcela nové stroje, které rozšířily naši obchodní nabídku. Díky tomu jsme nyní schopni našim zákazníkům nabídnout ucelený sortiment frézovacích a vrtávacích strojů od kategorie malých, lehkých horizontek až po velké, těžké stroje s hydrostatickým vedením na všech lineárních osách pro výkonné, silové obrábění rozměrných dílců stejně jako rychlá, pro-

Nepodlám davové psychóze, věřím v naše lidi, jejich schopnosti a v náš produkt. To mi pomáhá hledat cestu dál.

duktivní obráběcí centra splňující požadavky na komplexní, přesné obrábění s minimalizací potřeby obsluhy. V letošním roce se chystáme představit další novinky v naší nabídce, které rozšiřují možnosti uplatnění našich strojů. Když dovolíte, o podrobnostech se zmiňovat zatím nebudu, zveřejnění by mohlo ubrat na efektu, který od jejich uvedení na trh očekáváme.

Spolupráce s vysokými školami, teorie do praxe firmy, technické vzdělávání, kvalifikované dělnické profese – to jsou záležitosti, jimž se věnujete prozíravě, průběžně a s velkou náruživostí. Je to rovněž o investicích. Nelitovali jste někdy?

Jak už jsem se zmínil, bez technicky vzdělaných mladých lidí nelze plánovat další rozvoj strojírenství. Přestože si myslím, že hlavní roli v této oblasti by měl sehrát stát, jehož současný systém podpory studijních oborů je přinejmenším diskutabilní, je nutné říci, že významné strojírenské firmy mohou pro zatraktivnění technických oborů udělat mnohem více. Proto našich investic do rozvoje technického školství a spolupráce se školami na všech úrovních rozhodně nelitujeme. Ba naopak. Přivítali bychom, kdyby nám bylo umožněno otevřít vlastní technické učiliště s možností zásadním způsobem určovat směry praktické, ale i teoretické výuky.





Zde však narážíme na koncepci vytvořenou krajskými úředníky, do které zatím neumíme proniknout. Oblast školství je prozatím podřízena zcela jiným kritériím, nežli je měřítko úspěšnosti jejich absolventů na trhu práce. Lepší je situace s vysokými školami,

i když i zde je problém s nedostatkem absolventů. Daří se však spolupráce na vývojových projektech, kde bychom jen stěží hledali jiného vhodnějšího partnera. Odborné znalosti a technická vybavenost laboratoří vysokých škol je stále na lepší a lepší úrovni.

řit ve své schopnosti a v tým, který ho obklopuje. Jsem si jist, že štěstí a úspěch na nikoho nečeká. Je nutné jim jít naproti. A jak se vyrovnat se stresem, který toto vše doprovází? Zvolit vhodný způsob vyčištění hlavy. Zde si musí každý najít svoji cestu. Pro mě je to rodina a sport.



Vždy jsem měl rád matematiku, a proto jsem neměl problém se pohybovat při řešení úloh v délkových mírách, jako je 0,01 mm. Nicméně teprve seznámení se se stroji, které v prostoru obrábění s rozměry 20 x 5 x 2 m (tj. 200 m³) dokáží břitem nástroje opakovaně najet na libovolnou polohu s přesností 0,01 mm, jsem pochopil skutečnou dimenzi tohoto rozměru i to, co dokáží „zlaté české ručičky“! A právě v kultivaci těchto znalostí a dovedností podle mého názoru tkví budoucnost českého strojírenství.

Spousty lidí nad strojařinou dnes ohruje nos, ani vlastně netuší, proč. V čem je pro vás osobně tento obor krásný? A v čem bychom měli vidět jeho budoucnost?

Před tím, než se vyznám ze svého obdivu ke „strojařině“, je nutné zmínit, že na rozdíl od mého otce je mé vzdělání humanitního charakteru. O to cennější, alespoň si to myslím, mohou být mé osobní poznatky. Bližší poznání toho, co stroje vyráběné našimi lidmi umožňují, jakých přesností dosahují a jakou složitost v konstrukci a zhotovení představují, mě vždy naplňuje nesmírnou úctou k lidským znalostem a dovednostem. Vždy jsem měl rád matematiku, a proto jsem neměl problém se pohybovat při řešení úloh v délkových mírách jako je 0,01 mm. Nicméně teprve seznámení se se stroji, které v prostoru obrábění s rozměry 20 x 5 x 2 m (tj. 200 m³) dokáží břitem nástroje opakovaně najet na libovolnou polohu s přesností 0,01 mm, jsem pochopil skutečnou dimenzi tohoto rozměru i to, co dokáží „zlaté české ručičky“! A právě v kultivaci těchto znalostí a dovedností podle mého názoru tkví budoucnost českého strojírenství.

Řídit firmu takových rozměrů a mít zodpovědnost i za majetek tak velké hodnoty je dnes o nadlidském úsilí. Jak zvládáte svůj všední den, abyste se z toho nezbláznil?

Svoji práci nevnímám jako nějaké nadlidské úsilí. Snažím se, aby to, co společně s mým týmem vytváříme, bylo k prospěchu firmy, v souladu s jejími vytyčenými cíli a přispělo k růstu její hodnoty. Při přijímání klíčových rozhodnutí je dobré si uvědomovat zodpovědnost za své kroky, ale zároveň je nutné umět podstoupit adekvátní riziko. Proto, aby se z toho člověk nezbláznil, je nutné umět vě-

Hodně cestujete. Nebojíte se někdy o život?

Je pravdou, že díky svým cestám jsem zažil mnoho okamžiků, které se zřejmě každému hned tak nepříhodí. Nicméně se musím přiznat, že se jim snažím všemožně vyvarovat. Proto vždy volím způsob cestování a pobytu v exotičtějším destinacích tak, aby bylo možné předcházet vzniku „ošemetných“ situací. Čas od času se však ani tomuto nevyhnu. Pominu-li výpadek motoru u letadla letícího z Prahy do Toronta uprostřed Atlantského oceánu a následného nouzového přistání v irském Dublinu, tak jsem se asi nejvíce bál při obyčejné cestě taxíkem z indické Bombaje do Pune, kdy náš řidič zcela ignoroval mé zažité evropské standardy řízení a hnán touhou své pasažéry co nejrychleji dopravit do místa určené mým protijedoucí kamiony, osobní vozy a ležící krávy v milimetrových odstupech. Někdy je lepší zavřít oči a věřit.

A nad jakým přáním a předsevzetím jste si se svým otcem, Janem Rýdlem starším, osobností českého strojírenství, připil do nového roku?

Společně s otcem máme novoroční tradici, kdy pořádáme u něj doma novoroční golfový odpal. Zde si kromě banálních předsevzetí o zlepšení hendikepu a účasti alespoň na čtyřech turnajích vždy přejeme, abychom byli všichni zdraví, šťastní a ať se nám daří. A to přejeme i všem kolem nás.

otázky připravila
a za optimistické odpovědi poděkovala
Eva Brixi

Kooperativa a milion smluv pojištění majetku a odpovědnosti občanů

Zdálo by se, že pojištění rodinného domu, bytu nebo domácnosti má již uzavřen každý trochu obezřetnější vlastník majetku. Možná překvapivě toto u nás ale stále neplatí – podle statistik je téměř každá druhá domácnost a každý třetí rodinný dům bez pojištění. Produkty pojištění majetku a odpovědnosti občanů Kooperativa klientům poprvé nabídla před 20 lety. Od té doby kmen smluv trvale roste, před nedávnem Kooperativa dosáhla milionu smluv. Je druhou největší pojišťovnou v této oblasti na českém trhu. V loňském roce zde docílila předpisu pojistného 2,7 miliardy Kč.

Stěžejními produkty jsou od počátku především pojištění domácnosti a pojištění nemovitých objektů. Nejúspěšnějším produktem je kombinované pojištění OPTIMUM, které umožňuje současně pojistit rodinný dům nebo bytovou jednotku a vybavení domácnosti za zvýhodněných podmínek. Obdobně je možné pojistit také rekreační budovu a rekreační domácnost. Jednou z unikátních novinek je připojištění právní ochrany ve spotřebitelských vztazích, které Kooperativa představila v loňském roce. Toto připojištění za pouhých 390 Kč ročního pojistného zahrnuje právní poradenství a úhradu nákladů na právního zástupce, soudní poplatky nebo znalecké posudky, a to až do výše 200 000 Kč. Jde o případy, ve kterých klient vystupuje jako spotřebitel a jejichž předmětem je movitá nebo nemovitá hmotná věc nebo služba. Pojištění tedy klient může využít například ve sporu souvisejícím s reklamací vadného zboží nebo vadně provedených služeb. Pojištěnými jsou automaticky všichni členové domácnosti. Na otázky, které jsou stále pro nás všechny aktuální, odpovídal Ing. Tomáš Reitermann, vedoucí Odboru pojištění občanů Kooperativy:

Zodpovědní lidé mají svůj rodinný dům nebo byt v osobním vlastnictví pojištěný. Pořád je ale hodně těch, kterým je líto prostředky za pojistku vydat. Dá se odhadnout, jaké procento z ročních nákladů tvoří pojištění rodinného domu například čtyřčlenné rodiny s celkovým měsíčním příjmem 100 000 Kč? Tedy: rodiče dvou dětí podnikají, bydlí v menším českém městě, zrekonstruovali si dům z poloviny minulého století... Na kolik korun přijde takové průměrné pojištění domu o šesti pokojích, kuchyni, příslušenství, podsklepeného?

Podobný dům v hodnotě asi dva miliony Kč se dá pojistit již od zhruba 1500 Kč ročně. Obdobně domácnost v hodnotě 700 000 Kč přijde asi na 1500 Kč. A protože Kooperativa nabízí zvýhodněné společné pojištění domu

a domácnosti OPTIMUM, klient by za pojištění zmiňovaného domu s domácností zaplatil méně než 3000 korun ročně. Jde tedy o zlomek jeho ročního příjmu. Na našem webu koop.cz najdou klienti přehledný návod, jak si stanovit pojistnou částku a zároveň si mohou spočítat výši pojistného. Pokud jim cena a podmínky budou vyhovovat, mohou si hned pojištění sjednat.

Určitě víte, jaké chyby dělají vaši klienti při stanovení ceny pojistného. Asi chtějí mít pojištění co nejlevnější, ale plnění co nejvyšší...

Češi se v případě ochrany svého majetku nechovají z pohledu pojišťoven příliš zodpovědně. Domácnost si běžně pojišťuje pouze 50 % z nich. Zároveň poměrně často nevědí, co a proti jakým rizikům mají pojištěno. Jsou pak nepříjemně zaskočení, když jim pojišťovna oznámí, že pojistné plnění nemůže vyplatit. Pokud si člověk něčím není jist, měl by to hned ověřit u poradce, který s ním smlouvu sjednává. Obrátit se na něj klient může i v průběhu trvání smlouvy, alespoň si znovu připomenou její podstatné detaily. Lidé totiž často spoléhají na letité smlouvy, které jsou neaktuální. Například se zvýšila hodnota jejich majetku a oni nenavýšili pojistnou částku nebo současná kvalitnější nabídka obsahuje důležitá rizika a oni je nemají ve své smlouvě zahrnuta.



Mohl byste charakterizovat nejčastější škody na majetku i nějakou tu kuriózní?

Nejčastěji řešíme živelné škody z vichřice, záplav nebo povodní a stále častější jsou také požáry. Fenomémem poslední doby jsou krádeže z rozestavěných domů. Zejména v zimním období, kdy stavební práce načas utichají. Řešili jsme nejen krádeže stavebního materiálu, ale velmi často i již zabudovaného zařízení, jako jsou kotle nebo radiátory. V jednom případě dokonce zloději z domu odcizili i kuchyňskou linku, včetně vestavěných spotřebičů. Proto je dobré mít pojištěný i dům ve výstavbě.

Kdy byste doporučil pojistku aktualizovat, měnit, vylepšit?

Jak už bylo řečeno, určitě vždy, když se výrazně změní hodnota domácnosti nebo nemovitosti. Například po zateplení budovy, radikální výměny zařízení domácnosti a podobně. Obecně můžeme říci, že alespoň jednou za dva roky by měl každý klient svoje pojištění konzultovat se svojí pojišťovnou a případně provést jeho aktualizaci.

Jak pojistit nemovitost, ve které majitel zároveň bydlí i podniká?

Pokud má klient v rodinném domě větší podnikatelské zázemí, je vhodné nastavit pojistný program v rámci pojištění podnikatelských rizik. Pojišťovny totiž u soukromého pojištění nemovitosti mají větší nastaven limit, do kterého jsou věci sloužící k podnikání pojištěny. A ten často ani menší provozovnu nepokryje. U Kooperativy je například tento limit maximálně 60 000 Kč.

za odpovědi poděkovala Eva Brixi ■■■

Názory a fakta nad znalostní ekonomikou a zaostáváním Česka

Hospodářství České republiky bude půjde cestou znalostní ekonomiky, nebo bude pokračovat v zaostávání za nejvyspělejšími ekonomikami Evropy a světa, ke kterému dochází už od roku 2009. Tuzemský model založený na výrobě a exportu zboží se střední přidanou hodnotou se totiž vyčerpává. Podle rektora Bankovního institutu vysoké školy Pavla Mertlíka je nutná transformace vlády a veřejného sektoru a systematické investice do lidského a sociálního kapitálu.

„Potřebujeme se v hodnotovém řetězci posunout výše. To nepůjde bez masivních investic do vzdělání,“ analyzoval situaci rektor BIVŠ Pavel Mertlík a dodal: „Česká republika patří mezi zeměmi OECD k těm s nejmenšími veřejnými výdaji na vzdělání v přepočtu na jednoho studenta. Proti vyspělejší země jsou tyto výdaje ČR zhruba poloviční, a to v přepočtu podle parity kupní síly.“

Analýza OECD loni na podzim ukázala, že krize v roce 2011 zasáhla českou ekonomiku prostřednictvím zahraničního obchodu. Protože ekonomika netrpěla významnějšími vnitřními nerovnováhami, mohly makroekonomické politiky podpořit hospodářskou aktivitu a recese byla relativně krátká. Dynamika oživení je však nižší než v jiných ekonomikách regionu a objevila se rizika spojená s mezinárodním zpomalením růstu a z krize vládních dluhopisů. Vláda

by proto měla pokračovat v široce zaměřeném programu prorůstových reforem, a posílit tak odolnost ekonomiky vůči hospodářským šokům.

„Starý růstový model musí být postupně nahrazen novým růstovým modelem založeným na činnostech s vysokou přidanou hodnotou, jde tedy o znalostní ekonomiku,“ upřesnil Pavel Mertlík.

Cílem transformace vlády by mělo být zabezpečení vysokých standardů veřejných služeb, včetně rovných podmínek pro občany i firmy a efektivního potlačování korupce. Veřejné

výdaje na jednoho studenta v přepočtu podle parity kupní síly v ČR sice jsou podle OECD studenta 24. nejvyšší mezi 31 členskými zeměmi OECD, nicméně vykazují klesající trend. Nejvíce se podle mezinárodních srovnávacích testů zhoršuje kvalita základního a středního vzdělávání. Jsou tedy nutné dříve zmiňované investice do lidského kapitálu od vzdělávání, přes výzkum, vývoj, vědu, kulturu po umění a přitom pečlivě zvažovat, jaké vzdělávání a obory podpořit. Ze statistik je zřejmé, že se na trhu práce lépe uplatní lidé s vyšším vzděláním. „Nemáme nadbytek vysokoškoláků a nedostatek učňů – je to právě naopak. Stačí se podívat na statistiku trhu práce: nejvíce nezaměstna-

ných je mezi absolventy učňovských oborů, nejméně pak mezi absolventy vysokých škol,“ vysvětlil Pavel Mertlík a doplnil: „Často také slyšíme nářky nad nedostatkem techniků a nadbytkem absolventů s humanitním a společenskovedním vzděláním. Je to doopravdy tak? Podíváme-li se na nezaměstnanost absolventů největších pražských vysokých škol, pak například v dubnu 2013 do jednoho roku po absol-

vování bylo nezaměstnaných 3,5 % absolventů UK, 4,9 % absolventů VŠE, 8,0 % absolventů ČVUT, 5,0 % absolventů VŠCHT a 6,6 % absolventů ČZÚ. Humanitní a společenskovední fakulty

přitom patří k těm s nejmenším podílem nezaměstnaných absolventů. Statistiky stále opakovaná klíše průmyslníků a některých politiků o nedostatku techniků a nadbytku absolventů s humanitním a společenskovedním vzděláním rozhodně nepotvrzují.“

Podle Pavla Mertlíka je technické vzdělání vynikající vklad do pracovní kariéry, ale přinejmenším stejně tak důležité je vzdělání všeobecné – jazyky, matematika, kritické myšlení, komunikační dovednosti a sociální dovednosti. Tedy základy humanitní vzdělanosti, jak ji zná evropská civilizace od antických dob a jak ji v 19. století pregnantně zformuloval Alexander von Humboldt. (tz)



Foto Shutterstock

INZERCE

INFORMAČNÍ TECHNOLOGIE & PORADENSKÉ SLUŽBY

NA MÍRU VAŠEMU PODNIKÁNÍ

IT & RETAIL
LOGISTIKA
DISTRIBUCE
ZDRAVOTNICTVÍ

u&sluno
BUSINESS SOLUTIONS

... VÁŠ DODAVATEL
KOMPLEXNÍCH INFORMAČNÍCH
SYSTÉMŮ I OBOROVÝCH APLIKACÍ

Kontaktujte nás

U&SLUNO a.s. | Sadová 28 | 702 00 Ostrava | Tel.: +420 596 101 511 | u-sluno@u-sluno.cz

O čem vypovídá registr nespolehlivých plátců DPH

Registr plátců daně z přidané hodnoty se začíná plnit nespolehlivými plátcí. Zatímco v dubnu 2014, po prvním roce své existence, evidoval 62 nespolehlivých plátců, v listopadu loňského roku jich bylo celkem 149, a aktuálně počet nespolehlivých plátců DPH dosáhl 165. Téměř 70 procent společností v registru tvoří malé firmy s tržbami do 10 milionů korun, nicméně nejvíce přibývá společnosti s tržbami mezi 10 a 60 miliony korun. Nejvíce nespolehlivých plátců DPH má sídlo v Praze (71) a Jihomoravském kraji (40). Třetina z nich podniká v oblasti obchodu nebo zprostředkování obchodu. Analýzu zveřejnila v únoru poradenská společnost Bisnode, která se zabývá poskytováním ekonomických informací o firmách.

„Registr nespolehlivých plátců DPH, který vznikl jako opatření proti daňovým únikům a podvodům, po téměř dvou letech svého fungování postupně začíná plnit svou funkci. Počet nespolehlivých plátců kontinuálně roste. Navíc od letošního roku finanční správa zpřísnila podmínky takzvaného nespolehlivého plátce, a tak očekáváme, že se počet společností v registru bude i nadále zvyšovat,“ řekla analytička Bisnode Petra Štěpánová. Současně dodala: „Každé podnikání s sebou nese rizika. Precizním prověřováním obchodních partnerů lze rizika plynoucí z obchodního styku efektivně snižovat. My našim klientům doporučujeme pečlivě prověřování obchodních partnerů a současně k tomu nabízíme spolehlivé nástroje, a to včetně monitoringu registru nespolehlivých plátců DPH na denní bázi.“ V Česku je k platbě DPH přihlášeno více než 205 000 firem a téměř 263 000 živnostníků (podnikatelů). Podle podrobné analýzy Bisnode 68 % nespolehlivých plátců DPH tvoří menší společnosti s tržbami do 10 milionů korun nebo firmy, které tyto statistiky dle ČSÚ neuvádí. Nicméně za poslední tři měsíce v registru přibýlo nejvíce firem (8, resp. +33 %) v kategorii tržeb 10–60 milionů korun. Jejich podíl vzrostl za čtvrt roku o 3 % z 16 % na 19 %. Nejvíce nespolehlivých plátců DPH má sídlo v Praze (74, resp. 45 %), s odstupem následují Jihomoravský (24 %) a Plzeňský kraj (7 %). Většina nespolehlivých plátců DPH podniká v oblasti obchodu nebo jeho zprostředkování (60), pronájmu, správy či zprostředkování nemovitostí (21).

(tz)



Foto: Freemimages

Nespolehliví plátcí DPH podle tržeb

Interval tržeb (v Kč)	Počet nespolehlivých plátců DPH únor 2015	Počet nespolehlivých plátců DPH listopad 2014	Počet nespolehlivých plátců DPH duben 2014
Neuvádí	71	66	29
1–9 999 999	42	42	12
10 000 000–59 999 999 999	32	24	16
60 000 000–99 999 999	5	4	5
100 000 000–999 999 999	13	11	0
Více než 1 000 000 000	2	2	0
Celkem	165	149	62

Nespolehliví plátcí DPH podle krajů

Kraj	Počet nespolehlivých plátců DPH únor 2015	Počet nespolehlivých plátců DPH listopad 2014	Počet nespolehlivých plátců DPH duben 2014
Praha	74	66	24
Jihomoravský kraj	40	38	20
Plzeňský kraj	12	9	2
Středočeský kraj	8	8	0
Královéhradecký kraj	7	7	6
Ústecký kraj	6	5	1
Jihočeský kraj	4	4	1
Moravskoslezský kraj	4	4	3
Pardubický kraj	5	3	2
Olomoucký kraj	0	2	3
Liberecký kraj	3	1	0
Zlínský kraj	2	2	0

Zdroj: databáze Bisnode

Food Story je unikátní koncept: Jídlo s příběhem

Rádi si pošmáknete? Proč ne. Vychutnat si kvalitní jídlo, v klidu, v příjemné atmosféře, v kruhu přátel – i tak se dá čas od času relaxovat. Výběrové potraviny té nejvyšší kvality od rodinných firem a poctivých lokálních dodavatelů přináší koncept Food Story – Jídlo s příběhem nejen všem gurmánům a milovníkům dobrých pokrmů, ale i lidem, kteří dbají na kvalitní stravování.

Ochutnat delikatesy z celého světa můžete již ve třetí, nově otevřené provozovně v Praze-Kunraticích. Koncept s těmi nejkvalitnějšími potravinami s příběhem lze navštívit i na Ruzyni a v centru Prahy v tržnici Dlouhá 14. Seznámíte se přitom s jedinečným sortimentem s transparentním rodokmenem: produkty pivovarníků, destilátérů, pekařů, sýrařů, uzenářů, řezníků, včelařů či vinařů si zde lze nejen zakoupit, ale i ochutnat.

Provozovna Food Story přináší do Kunratic nové místo k setkávání: na adrese K Libuši 2 vás čeká moderní a zároveň útulný interiér s přírodních materiálů, přesně korespondující s filozofií konceptu. Wine & Café bar nabízí již od osmé hodiny snídaně, kde si s šálkem vynikající kávy z jedné z nejlepších anglických pražičen Grumpy Mule pochutnáte na premiovém pečivu, pečeném vždy čerstvě v duchu francouzské pekařské tradice. Snídaňovým hitem je tu domácí makový závin se švestkami. Kdykoli se také můžete zastavit na sklenku vína, ke které vám obsluha nabídne vše, co si srdce i mlsný jazyček žádá: sýry a šunky všech možných proveniencí, prosciutto, francouzské pečivo, oříšky... Z jakýchkoliv ingrediencí vám



ochotný personál připraví sendvič dle přání, navází z výběru exkluzivních solí či stočí do lahve špičkový olivový olej. Večerní pohodu v Kunraticích si můžete užívat až do dvaadvacáté hodiny, a to každý den v týdnu.

„V Kunraticích nemá koncept tohoto typu obdoby. Potraviny s rodokmenem, za kterými stojí konkrétní lidé – tedy pravý opak unifikovaných supermarketů, to je naše motto. Víme, že se zákazníci vrací tam, kde jim bylo dobře. Tudíž kromě těch nejkvalitnějších laskomin nabízíme i něco navíc – perfektní servis, osobní přístup ke klientovi a poradenství s výběrem. Například milovníkům vín rádi zprostředkujeme řízenou degustaci, pivaři mohou ochutnat piva z malých pivovarů celého světa, nápoje netradičních a originálních receptur. Exkluzivní máme také výběr mletých i zrnkových káv – vyzdvihnul bych například italskou prémiovou kávu značky Saquella, jejíž kapsle jsou kompatibilní se systémem Nespresso,“

vysvětlil manažer projektu Food Story Jiří Kornheř.

V celé síti obchodů Food Story najdete kuličkové klenoty z celého světa: ručně vyráběnou hořčici od mnichů z kláštera Nový Dvůr, paštiku z divočáka vyrábějí v lesích u hory Dyleň na Chebsku, vzduchem sušenou šunku z pyrenejských polodivokých prasat, výrazný ovčí sýr z pomezí Rakouska a Itálie, poctivý domácí kečup z pečených rajčat z Ameriky, výběr několika druhů vážené soli, koření, ořechy a olivové oleje a mnoho dalšího. Naleznete zde také inspiraci na dárek pro každého milovníka dobrého jídla a objevitele nových chutí – ochotný personál vám rád přichystá na míru exkluzivní dárkový koš.

Koncept Food Story můžete navštívit v Ruzyni v ulici Drnovská 36, v tržnici Dlouhá 14 a také v Kunraticích na náměstí T. G. Masaryka, přímo naproti kostelu sv. Jakuba. Delikatesy z celého světa lze objednat i na eshop.foodstory.cz. (tz)



Manažeři požadují luxusní bydlení

Praha, matka měst, láká nejen turisty, ale i nové rezidenty. K těm nejnáročnějším patří špičkoví manažeři z celého světa. Co jim může trh bydlení poskytnout, o tom jsme se bavili s ředitelem pražské realitní kanceláře LEXXUS Mgr. Petrem Višňovským.

Výstavba nových bytů v Praze nabrala velmi solidní tempo. Lze považovat krizi na realitním trhu za minulost?

Z dlouhodobého hlediska je evidentní, že krize z let 2008 až 2010 je překonána. Po letech útlumu lze považovat poslední dva roky, a především ten loňský, za výrazně růstové. Není to zbožným přáním realitních makléřů a developerů – jednoznačně to prokazují klíčové statistiky. Dlouhodobě a výrazně roste poptávka, objemy prodaných nemovitostí i realizovaných hypoték. Rostoucí výstavba v poslední době je jen přirozenou reakcí na výrazné oživení trhu.

Praha je specifická i v požadavcích na bydlení. Po čem nejvíc stoupá poptávka a jak se změnila za sedm, deset let?

Požadavky na bydlení v Praze se oproti jiným lokalitám liší především v kvalitě výstavby a vybavení. Vysoká konkurence developerů tlačí k neustálému zlepšování projektů z pohledu energetické náročnosti nebo kvality použitých materiálů v interiérech. Projevuje se to také tím, že větší množství projektů již nenabízí pouze bydlení, ale vytváří také potřebnou místní infrastrukturu v podobě obchodů, restaurací, sportovišť nebo velmi nedostatkových mateřských školek.



Mgr. Petr Višňovský



Rezidence Nautica

Když hovoříme o luxusním bydlení, co je pro ně charakteristické?

Luxusní bydlení je jedinečné tím, že nabízí kombinaci vícero atraktivních parametrů. Na prvním místě je vždy lokalita – prestižní adresa, která je doplněna tradiční, nebo naopak velice moderní architekturou, vysokou kvalitou provedení, zajištěným parkingem a atraktivními výhledy z prostorné terasy. Jen málo nemovitostí splňuje všechny tyto parametry, a lze je proto označit za skutečně luxusní.

Kolik jsou ochotni manažeři za exkluzivní byt v žádaných lokalitách zaplatit?

Cena za jedinečnost a luxus je samozřejmě vysoká a v těch nejžádanějších lokalitách přesahuje (někdy i velmi výrazně) 150 000 Kč za m². Důvod je prostý. Luxusních nemovitostí není mnoho a jen velmi málo jich je na prodej. Pakliže se k prodeji taková nemovitost nabízí, zájemce o koupi nemá mnoho alternativ a je nucen zaplatit prémiovou cenu.

Vyvíjí se podobně i zájem o pronájmy v luxusních rezidencích?

I v případě pronájmů je nabídka skutečně luxusních nemovitostí velice nízká a vysoké ceny pak odpovídají výjimečné kvalitě. Některé zájemce může výše nájmu překvapit, ale v lu-

xusním segmentu se běžně cena pohybuje mezi 80 až 120 tisíci za pronájem luxusního bytu a 100 až 150 tisíci měsíčně v případě rodinného domu nebo vily. Ceny luxusních nemovitostí jsou také ovlivněny lokalitou (centrum a blízkost mezinárodních škol). Nabídka je v určitých lokalitách konstantní a výrazně neměnná. Projekty, které zaručují vysoký standard bydlení, bezpečí a praktickou stránku života, jsou často vyhledávány specifickými komunitami cizinců.

Dokážete odhadnout budoucnost vašeho businessu? Co bude v kurzu za pár let a co nelze předvídat?

Z dlouhodobého pohledu jsem optimistou. Služby nejen realitní jsou a budou rostoucím odvětvím. Každý z nás má méně a méně času na svůj osobní život a velice oceníme, pokud nám nějaká služba čas ušetří. V tomto smyslu lze očekávat, že větší komplexnost poskytovaných realitních služeb je směr budoucího vývoje. Klient bude chtít snadno, profesionálně a rychle řešit své požadavky a koncentrace je v tomto směru výraznou úsporou časovou i finanční. Realitní kanceláře budou nabízet maximum služeb souvisejících s prodejem/pronájmem nemovitostí, aby na velmi konkurenčním trhu obstály.

za rozhovor poděkoval Pavel Kačer
foto Lukáš Pelech



Dáte-li do práce srdce a radost, přijdou výsledky

Jedním z vítězů loňské soutěže o Nejoblíbenější restauraci roku 2014, která se stala nedílnou součástí prvního ročníku projektu Restaurant Tip neb Kde nám chutná, jehož vyhláškatelem byla Asociace hotelů a restaurací ČR, se staly za Jihočeský kraj restaurace Šupina a Šupinka, k nimž přísluší i apartmány stejného jména a spousty doprovodných služeb. Vlastní je bratři Pavel Müller a Petr Müller a restaurace najdete v historické části Třeboně.

Smyslem projektu je mapovat restaurace ČR od těch proslulých až po ty zatím neobjevené, leč atraktivní. Soutěž probíhala loni od května do listopadu na webu www.restaurant-tip.cz, návštěvníci vybírali z 283 restaurací. S Pavlem Müllerem, který ocenění přebíral, jsem si vyměnila vizitku a posléze i mail... Restauraci sourozenců jsem znala z někdejší návštěvy, a rozhodně nejsem sama. Pravidelnými hosty je například režisér Jiří Menzel, kardinál Miloslav Vlk, řada herců a dalších osobností.

Jste sourozenci, majitelé, a budujete postupně nejen rybí restauraci. Co se vlastně pod názvem Šupina a Šupinka skrývá?

Je pod tím mnoho: Jak už název vypovídá, jde o dvě rybí restaurace se stejnou nabídkou služeb. Právě oblast, která je tak typická pro rybí restaurace, a v neposlední řadě historie a tradice obou restaurací.

Jak jste začínali a proč jste se na tuto dráhu dali?

Jako malý jsem byl neposedný a zvědavý. Pořád jsem chtěl být s rodiči a pozorovat jsem jak pracují a řeší problémy, chtěl jsem s nimi jezdit po nákupech, být u jednání. Bavil mě ten denní ruch a pestrost práce, a tak pro mě bylo jednoduché rozhodování co dál dělat... Ale jak říká, byl jsem malý a viděl jsem jen to „A“, tedy pro malého kluka to hezké. A až dnes s bratrem poznávám to „B“, tedy o čem tato práce je a co všechno do té práce musí člověk dát!

Sny, cíle, strategie, určitě máte, a ne malé.

Rádi bychom nalákali nové zákazníky na zdravé pokrmy ze sladkovodních ryb, aby jim chutnalo a rádi se vraceli. Zlepšovat pořád poskytované služby. A v dalších letech bychom

rádi rozšířili ubytovací kapacity v našich apartmánech.

Asi svému podnikání věnujete veškerý čas – ostřílení hráči tvrdí, že vlastnit gastro provoz znamená být tam 24 hodin denně... Je to tak?

Dá se to tak říci, když chcete v této branži vynikat a vidět za sebou výsledky, musíte do práce dát nejen veškerý volný čas, ale i srdce.



Člověk i na dovolené nebo jen ve volném dnu si zajde na dobrý oběd nebo večeři a už zase pracuje...

A co vás na takové odpovědnosti těší?

Jako malí jsme s bratrem sedávali u počítače (já se musel jen dívat) a společně jsme hráli různé strategie, které nás velmi bavily. Došlo to až tak daleko, že když bratrovi rodiče zakázali hrát, třeba kvůli špatné známce ve škole, posadil za něj mě s tím, že se bude prý jen koukat, a když tak lehce pomůže. Asi už tušíte, jak to bylo, seděl jsem sice před monitorem, ale hrál on! A my teď vlastně hrajeme takovou strategii doopravdy, jen už je to na živo a bohužel se nedá vrátit na poslední uložené místo. O to je to těžší. Kdo zná náš osud, rozumí.

Interiér je v Šupině nádherný, stylový, ale připadá mi trochu poeticky smutný. Myslím se? Souvisí to s předchozí odpovědí?

Kdo zná historii obou restaurací, tak by mu to mohlo tak připadat. Jsou tu kolegové, kteří spolupracovali ještě s rodiči, kteří tragicky zahynuli v roce 2002, a ty to určitě poznamenalo podobně jako nás s bratrem. Proto interiér může takto působit. Ale o to s větší láskou a chutí pracujeme a chceme pokračovat v rodinné tradici a zdokonalovat naše služby.

Dosáhnout v businessu úspěchu – o čem to dnes je?

Jasný cíl, dobrá strategie, zdravý tým, trpělivost, a hlavně mít z práce radost.

Nehádáte se? Být stále spolu, to je pro každého časem asi ponorka...

Jsme sourozenci i ti se občas hádají a handrkují. Jednou to jsou hroší chvíle, jindy lepší, tak jako všude. Každý jsme jednotlivci s jiným názorem a jinou povahou, ale vždy máme na paměti, že máme už jen sami sebe. Vždyť na koho jiného se spolehnout než na rodinu, které můžete věřit.



Pavel Müller a Petr Müller

Kolik vás v týmu na restauraci a ubytovací prostory celkem působí? Podle čeho si spolupracovníky vybíráte?

V plné obsazenosti je nás celkem 15. V letní sezoně nás doplňují ještě brigádníci jak v kuchyni, tak i na place. Víte, v dnešní době je asi všude těžké najít dobré spolupracovníky, kolegy, týmové hráče, kteří vědí, proč co dělají. Práci berou jako hru, koníčka, který jim nedá jen mzdu, ale také radost z vytvořené práce.

Kdysi jsem u vás ochutnávala úhoře a toužila jsem porozumět řeči zvířat, jak se pravi v jedné pohádce. Nestalo se, myslím tedy, že se vrátím. Co nového chystáte?

Porozumění řeči zvířat bohužel zaručit nemůžeme, ale že je úhoř říční, to určitě ano. Teď začínáme připravovat nový jídelní lístek a po letní sezoně organizujeme dobročinnou akci Müllerova padesátka. Nechte se překvapit.

Čím lákáte hosty v únoru a březnu?

Sezonní a víkendové nabídky, čerstvé i uzené ryby jsou v našem sortimentu vyhlášené. Romantické pobyty v našich apartmánech s nejrozličnějšími službami.

Myslíte si, že Češi konzumují stále málo rybního masa? Anebo si už dali „říct“?

V průběhu let se tato problematika zlepšila, ale pořád to není v takové míře, jak by bylo třeba. Přeci jen některá čerstvá sladkovodní ryba je dost těžko k sehnání a je to i otázka ceny.

I náhodnému hostu můžete prodat čerstvé ryby, vykuchané, filetované nebo uzené? Anebo je lepší si objednat předem?

Ano, host si může u nás koupit i filetované ryby nebo celé pstruhy. Vykuchané ryby je lepší objednat alespoň den dopředu. I uzené ryby z naší udírny je možné si zakoupit, ale i zde je jistější se domluvit dopředu. O uzené ryby je velký zájem, hlavně o úhoře říčního nebo filet ze sumce.

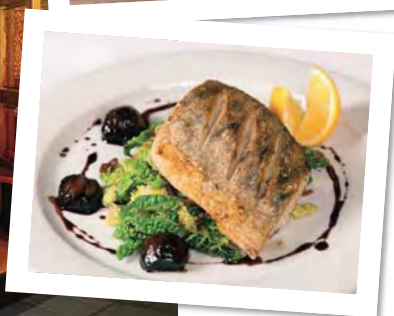
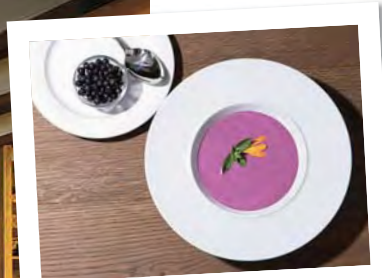
Váš jídelníček obsahuje pouze sladkovodní ryby, nebo i mořské?

Naše rybí restaurace se specializují pouze na sladkovodní ryby. Není nic typičtějšího pro tuto třeboňskou oblast než sladkovodní ryby a jejich hlavní zástupce, tolik známý Třeboňský kapr. Pro zákazníky, kteří moc ryby nejedí, máme například kachnu z Novohradských hor, vepřovou panenku nebo kuřátko.

Rybaříte také?

Já osobně ne, ale bratr v dětství rybařil velmi rád. Bohužel teď už na to nemá dostatek času...

za odpovědi poděkovala Eva Brixí



Největší a unikátní Muzeum nočníků najdete v Praze



Mgr. Ing. Jan Sedláček, Ph.D., MBA, majitel muzea

Nejprve jsem to brala jako správnou recesi. Později jsem poznala, že nejde jen o sběratelské legrácky manželského páru, který se baví sbíráním nočníků. Ale o počín, který sice na první pohled vypadá jako podařený šprým i způsob, jak na sebe obrátit pozornost, ale ve skutečnosti je to dnes již nadčasová strategie v chápání souvislostí, o kterých se moc nemluví. Ano, v Praze ve Vyšehradské ulici najdete Muzeum historických toalet a nočníků. Unikátní sbírku, kterou stojí za to vidět. Ale nejen to. Při procházení expozicí, která působí v někom rozpaky či silné emoce, zjistíte, k jakým úvahám majitelé Mgr. Ing. Jan Sedláček, Ph.D., MBA, a jeho paní Renáta Sedláčková, která působí v roli ředitelky, dospěli. Jan Sedláček vypráví:

Fakt, že má Praha a Česká republika největší muzejní sbírku nočníků a podobných předmětů na světě, je odzbrojující. Jak vnímáte váš vlastní unikát? Pocit jedinečnosti, to jsou trumfy v ruce!

Pocity jsou kupodivu rozporuplné, na jedné straně hrdost, že se podařilo shromáždit tak velké množství předmětů, ale zejména i informací, a na straně druhé pocitu obavy, odpovědnosti a závazku. Obavy o to, že ze shromážděných informací, které souvisejí s touto částí lidské hygieny, jsme se dozvěděli o obrovském vlivu na lidské zdraví a životní prostředí a bohužel to, že je nakládání s lidskými exkrementy stále na pokraji zájmu našeho společenství. Odpovědnost je za vhodnou prezentaci a ochranu sbírky, která má dnes již i velkou finanční hodnotu. A to vše dohromady nás zavazuje k muzejní, vzdělávací a osvětové činnosti, stále však při všech našich běžných denních povinnostech pracovních a rodinných. Pocit unikátnosti však dosud neshlí ani samosprávné orgány města a ani představitelé např. ministerstva kultury.

Za 12 let pilné práce, sběratelské, obchodní i osvětové jste dali dohromady, vy a vaše manželka, přes 2000 exponátů, mezi nimiž jsou opravdové skvosty...

Sběratelská činnost probíhala zpočátku kupodivu poměrně snadno i tím, že mnoho sběratelů se těmito předměty nezabývá. S prohlubujícími se znalostmi jsme však dospěli do stadia, kdy jsme začali vyhledávat skutečné sběratelské skvosty, nejen z hlediska materiálového, ale i z hlediska příběhu spojeného s těmito jednotlivými předměty. A tak se k nám do sbírky postupně dostaly nočníky například vyrobené pro Napoleona Bonaparte, nočník z Bílého domu, nočník pro čínského císaře Čieng-lunga, nočník určený pro Titanic a mnoho dalších.

Máte v rukávu jistě i spousty kuriózních příběhů, které se vážou k jednotlivým kouskům, podělíte se o některé?

Příběhů je samozřejmě více, protože nejen naše dovolené jsou spojené s pátráním po existenci zajímavých exponátů, ale například i veškeré dárky k narozeninám a Vánocům se staly předvídatelné, protože je to buď nočník, nebo kniha o toaletách. Ale přeci jenom jeden exponát měl i dramatickou zápletku. Jde paradoxně o jeden z nejcennějších, nočník pro Na-

poleona. Ten byla manželka dražit v Londýně v proslulé aukční síni Bonhams, odjela tam se svojí kamarádkou, která dobře hovořila anglicky, a poté co nočník vydražila, měla na vybranou, zda odjet s cenným předmětem zpátky do hotelu metrem, což je levnější a svým způsobem i rychlé, nebo použít londýnské taxi. Zvolila taxi službu. A dobře udělala. Právě to metro, kterým měla cestovat, se stalo v té době cílem známého teroristického útoku islámských radikálů.

Jak uvádíte na vašem webu, všechno začalo při rekonstrukci tvrze Třebotov v roce 2003, kdy jste chtěli zachovat zbytek kamenného záchodu a přístavbu, kde byl umístěn suchý záchod s jímkou. Nápad je však jedna věc, strategie, houževnatost a nutnost investic, včetně času stráveného na cestách za poklady věc druhá. Měli jste se sběratelstvím či prací v muzeu nějaké zkušenosti? Vztah k výtvarnému umění?

Tak odpověď na tuto otázku možná dodnes přesně nedokážeme formulovat. Moje původní profese je stavařská, a dá se tak pochopit vztah k rekonstrukci starého objektu, původní tvrze. V té době jsme se již delší dobu zajímali i o historii a umění a naším cílem bylo zajištění autenticity onoho velmi zajímavého objektu, kde lze dohledat stopy všech historických slohů od románských základů až po renezanční. Nález starého převětu nás nasměroval i k detailnějšímu studiu historie a dalších oborů s tím souvisejících.

Úplně primárně tedy šlo pouze o jakousi soukromou sbírku velmi zajímavých předmětů. Potom již následovala touha o odbornější zařazení a popisy těchto jednoduchých zařízení

z hlediska časového, materiálového, historického. K tomu manželka vystudovala starožitnickou akademii a já jsem si tuto oblast vybral jako velmi nepopsanou záležitost z hlediska práva v době svého dálkového studia na brněnské právní fakultě. Až následně jsme byli poprvé osloveni k výstavě související se světovým dnem vody, kterou uspořádala společnost Veolia ČR jako jeden z velkých provozovatelů vodovodních a kanalizačních sítí. Tam v nás uzrála myšlenka o stálejším charakteru této výstavy, a hlavně i předložení nashromážděných informací o celé této záležitosti lidské hygieny. Zkušenosti z oblasti muzejnictví jsme neměli žádné. Předmětů však přibývalo, svým způsobem jejich vyhledávání determinovalo i naše dovolení, protože jsme všude po světě začali shánět nejen předměty, ale i informace, podklady, knihy a vše, co s tím souvisí. Tato činnost je financovaná z privátních zdrojů, které v souvislosti s mojí pracovní a podnikatelskou činností vyprodukuji. O výtvarné umění se pochopitelně velmi zajímáme, a to nejen o historické, ale i současné, kdy podporujeme současné a začí-

nající umělce koupí jejich produktů, a pořádáme také vernisáže jejich děl.

Z prvotního záměru se tedy vyklubal zajímavý koníček – mapovat historii související s touto oblastí lidské hygieny a kultury, zvyklostí až po umění a osvětovou činnost. Nač zajímavého či nového jste během let přišli?

Opět velmi široké téma... Poznání jedné úzké oblasti lidské hygieny není nikde tak souhrnně zmapované, jako ho máme my. Sami doplňujeme bílá místa v historii hygieny, vedeme odbornou polemiku se specialisty o původu některých, jinak deklarovaných předmětů z hlediska jejich zařazení, stáří apod. K tomu objevujeme zcela nové souvislosti např. tabuizaci tématu exkrementu, vliv víry, právní regulaci a také sociální charakter společnosti v souvislosti s likvidací tohoto primárního lidského biologického odpadu. V poslední době rovněž poukazujeme na nové hrozby pramenící s obsahem chemických látek ve splaškové a následně i pitné vodě.



Suvenýrový nočník vyrobený k výročí stříbrné svatby (1952–1977) královny Alžběty a prince Philipa, zn. Portmerion Pottery, Stoke on Trent, Anglie, 1977



Pohled do expozice muzea

Víte o určitých kouscích, které byste rádi získali?

Každý sběratel stojí před další výzvou, nyní se zaměřujeme na unikátny spojené s příběhem původního vlastníka, materiálů unikátní předměty (zlato, stříbro apod.) a s ohledem na vývoj v oblasti sanitárních technologií je pro nás zájmovým předmětem například i toaleta používaná v kosmickém programu.

Myslíte si, že i v České republice se dají stále ještě nalézt neobvyklé až osobité nočníky?

Je to stále obtížnější, ale doufáme, že se opět něco objeví, velkou část předmětů ve sbírce máme ze zahraničí, paradoxně i původně vyrobených na území České republiky.

Jak je to s těmito předměty, které dovážíte z ciziny? Platí pro ně nějaké zvláštní clo nebo sanitární předpisy?

Z hlediska hygienických předpisů nevím o jakémkoliv omezení, předměty samy o sobě mají charakter sanitárního zařízení, určeného k hygienickému úkonu a celní předpisy jsou obecně platné, ve shodě s celními orgány jednotlivé předměty jsou posouzeny a případné clo zapláceno, pokud předmět pochází mimo celní unii.

Od nočníků a záchodů k ekologii, to je nyní vaše čerstvé téma. Zabýváte se oborem, který se více méně formuje – pronikání antibiotik, antikoncepce, drog do vody až po „postavení“ lidského exkrementu v širokých kontextech, například jde o absenci norem pro diagnostiku a regulaci. Zatím jdete v rovině informací, anebo formulujete jisté odborné závěry?

V rámci zkoumání všech souvislostí s nakládáním s lidským exkrementem se objevilo zcela nové téma, a tím je výskyt reziduí, metabolitů novodobých chemických látek, které projdou zažívacím traktem, stanou se součástí exkrementu, následně splaškové vody a potom i pitné vody. Jde zejména o antibiotika, antikoncepci, drogy a potravinové doplňky (např. prostředky na hubnutí, anabolika apod.). Tyto látky se na biologické čistírně vod neodbourávají a stanou se tak součástí koloběhu vody v přírodě, ta se pak po úpravě vody v úpravnách stává pitnou vodou. Stále zvyšující se koncentrace těchto látek, které jsou již měřitelné, ovlivňují nepochybně životní prostředí, faunu i floru v řekách a tedy i lidské zdraví. Celá tato záležitost je velmi komplikovaná z hlediska diagnostiky a právní regulace celého procesu likvidace odpadních vod a následné výroby pitné vody. Moje současná práce formuluje zcela nové sociologické problémy právě v těchto souvislos-



Nočník vyrobený pro Napoleona Bonaparte, 1815, Anglie

tech, kdy podcenění tohoto nízkoprahového dlouhodobého zatížení lidského organismu může mít v budoucnosti fatální následky pro celou civilizaci. Pro tuto oblast je velmi důležité zpopularizování problematiky, aby si široká veřejnost, odpovědné orgány a politici uvědomili zcela novou a reálnou hrozbu.

muzejní propedeutiku, a pochopitelně víme, že muzeum je určené zejména pro návštěvníky. Proto v současné době připravujeme strategii a marketing našeho muzea, nejen v tištěných průvodcích, webových stránkách, oslovovacích dopisech, ale samozřejmě zvažujeme i možnost dalšího přiblížení se do

centra spádovosti oblasti turistického ruchu v Praze. Je to však o ekonomice provozu muzea, je financované stále pouze ze soukromých prostředků. Základním cílem je to, aby stalo ekonomicky soběstačné. Proto v rámci připravované strategie zvažujeme také i jeho zcela elektronickou podobu, kdy by měl mít každý zájemce z celého světa možnost virtuální prohlídky muzea přes webové rozhraní. Tento projekt chceme spustit v průběhu letošního roku.

Co chystáte pro hlavní sezonu?

V současné době je instalována výstava zaměřená na asijskou hygienu a kulturu v této oblasti (Japonsko, Čína a Indie). Ke Světovému dni vody chystáme další malou expozici o spotřebě vody při splachování a její možné úspoře, v té souvislosti se zamyslíme nad vodou jako základním zdrojem života. Účastníme se Pražské muzejní noci, kdy bude návštěvníkům muzeum otevřeno až do půlnoci se sníženým vstupným, připravujeme charitativní akci pro nadaci Mathilda, která pomáhá zdravotně postiženým lidem a bude spočívat v tom, že známé osobnosti domalují či dotvoří bílé porcelánové nočníky, které se následně vydraží ve prospěch nadace. K tomu cyklus přednášek pro střední školy, zřízení virtuální podoby muzea pro webové rozhraní a mnoho dalších jednotlivých aktivit.



Nočník šlechtického rodu Nostitzů ze zámku Planá u Mariánských lázní, dar od hraběnky Mathildy Nostitz

Muzeum se nachází stranou od samotného centra metropole. Návštěv zájemců přibývá, jezdí sem zvidaví turisté z Číny i Japonska. Spolupracujete s hotely, cestovními agenturami, školami. Neuvažujete, že byste tak úžasnou sbírku přiblížili historickému středu Prahy, aby byla více na dosah?

Jak je zřejmé z předchozích odpovědí, stále se považujeme za začátečníky v oblasti muzejnictví, byť manželka studuje i specializovanou

otázky připravila Eva Brixí
www.museum-toilet.com



Kresba Shutterstock

U Allianz nejčastěji bourají řidiči ve věku 40+

Největší škody však způsobují mladíci

Jsou situace, kdy se stárnout vyplatí. Například při placení povinného ručení. Věk je totiž jedním z hlavních segmentačních kritérií při výpočtu sazby tohoto zákonného pojištění. Platí tady přímá úměra mezi vzrůstajícím věkem a řidičskými zkušenostmi. Allianz pojišťovna proto z tohoto úhlu pohledu zanalyzovala více než 60 000 loňských pojistných událostí z autopojištění. Druhým doplňkovým kritériem pak bylo pohlaví, které v sumě zaplacené za povinné ručení roli sice nehraje, ale přináší zajímavé poznatky. Například že rapidní rozdíly mezi nehodovostí mužů a žen se pomalu stírají.

„Pokud bychom se podívali speciálně na porovnání mužů a žen, řidiči muži zavinili obecně nehody 2,5krát častěji než ženy. Tato skutečnost se však promítla v různých věkových kategoriích různě. Zatímco ženy od 20 do 30 let způsobily každou čtvrtou nehodu, v kategorii 40–50 pak již téměř každou druhou. Jen ve věku nad 70 let přetrvává velký rozdíl – muži bourali skoro pětkrát častěji než ženy. Tento fakt je poznamenán skutečností, že ženy seniorky za volant tolik nesedají,“ uvedl šéf likvidace Allianz Tomáš Klofát. I když výjimky potvrzují pravidlo. Do loňského května jezdila po Praze bez větších problémů a nehod i seniorka, klientka Allianz narozená v roce 1921. Než se ve čtvrti, kdy pravidelně jezdila, „narodila“ objížďka. Když nehodu hlásila, uvedla: „Potřebovala jsem se dostat ze Žižkova do Karlína, ale byla tam neznámá uzavírka. Ani nevím jak, najednou jsem byla v protisměru, a ač jsem se protijezdoucím autům snažila vyhnout, ve dvou případech se to nepovedlo.“ Senioři obecně podle statistik Allianz zaviní více havárií při změně směru

jízdy a při vjezdu na silnici, kde mají dát přednost, na křižovatkách nebo při parkování. Častěji jim totiž selhává prostorové vnímání a rychlá reakce. Naopak ale dodržují předpisy, nepůsobí nehody kvůli nepřiměřené rychlosti, nejezdí pod vlivem alkoholu nebo návykových látek a ani v nepříznivých dopravních situacích – v noci, na náledí, v dopravních špičkách. Naopak mladí řidiči s krátkou praxí mají u Allianz na svědomí pouze 5 % veškerých dopravních nehod, ale bývají nejtragičtější. Nej-



Foto Freeimages

horší situace je u mladých mužů do 24 let. V této věkové skupině se na dopravních nehodách nejčastěji „podepisuje“ vysoká rychlost, ignorace veškerých pravidel silničního provozu, nedostatek řidičských zkušeností, ale i podcenění nebezpečí a naopak přecenění vlastních schopností. Často se přidávají také alkohol a další návykové látky. Nezřídká jdou s těmito nehodami ruku v ruce i těžká zranění.

„Škody na zdraví jsou také těmi nejnákladnějšími a zásadní roli v nich hrají vyplácené renty zraněným. Škod přesahujících částku jednoho milionu korun bylo jen z povinného ručení v uplynulém roce likvidováno téměř sto,“ sdělil Tomáš Klofát a dodal, že kvůli Novému občanskému zákoníku, podle něhož se odškodňují i nemajetkové újmy, bude milionových a třeba i mnohamilionových škod přibývat. Věková kategorie, která se zapisuje do statistik Allianz nejhojněji, jsou klienti mezi 40–50 lety, a to bez ohledu na pohlaví, a jsou z velkých měst. Právě tato kategorie je nejpočetnější skupinou pojištěných v povinném ručení a havarijním pojištění. A někteří z nich se v registru bourajících řidičů opakují vícekrát. Allianz má historicky ve své databázi zhruba tisícovku řidičů, kteří svým vozidlem způsobili minimálně čtyři pojistné události. Primát patří 51letému muži, který zavinil 14 pojistných událostí a mezi jeho „obětí“ patří vozidla, ploty, ale i zpětná zrcátka zaparkovaných automobilů. Na druhou stranu většina klientů Allianz pojišťovny je z těch opatrných a jezdicích bezpečně – vždyť v povinném ručení uplatňuje nejvyšší možný bonus 57 procent a v havarijním pojištění 42 procent majitelů vozidel. (tz)



Hodinky – nejkrásnější šperk mužů plný vynálezů a designových kouzel. Značkové hodinky patří ke zdravému sebevědomí, pocitu výjimečnosti, dotvářejí charizma, pečují o osobitost. Ti, kteří dbají o svou image a radost ze života, znají neúprosná pravidla. A pořízují si hodinky, které neukazují jen přesný čas.

Designové studio Peugeot Design Lab představilo na mezinárodní hodinářské výstavě v Ženevě svou novinku v oblasti luxusního hodinářského zboží, kterou vytvořilo pro firmu Pecqueur Conceptuals. Navázalo tak na předchozí práci pro tuto značku zaměřenou na definování její identity. Studio Peugeot Design Lab vzniklo v roce 2012 v Paříži a jeho úkolem je vytvářet designové návrhy a produkty pro zákazníky ze světa mimo automobilový průmysl. Jedním z takových děl jsou i hodinky Pecqueur Conceptuals. Za vznikem značky Pecqueur Conceptuals stojí společnost Suisse Noospaire. Ta se obrátila na designové studio typu Global Brand Design značky Peugeot se žádostí o definování principů, o něž se bude opírat strategie značky Pecqueur Conceptuals, a to s ohledem na její přístup k „umění jemné mechaniky“. Tento přístup charakterizuje používání nezvyklých materiálů a součástí, které představují nové standardy ve světě luxusních hodinářských výrobků. Inspirátorem a referencí značky je geniální tvůrce z 19. století Onésiphore Pecqueur, který od vynálezu nové aritmetiky přes vynález postupů mechanické rovnice nakonec přišel s vynálezem prvního diferenciálu. Hodinářství se věnoval jako koníčku, jinak je považován za prvního automobilového inženýra, protože diferenciál je neoddelitelnou součástí počátečního vývoje automobilů, kde patří k nejdůležitějším technologickým inovacím. Díky této mechanické součásti bylo možné regulovat hnací sílu vodičích kol a přejít od lineární dráhy k novým zakřiveným drahám. Jak prohlásil Jean-Philippe Coulard, Global Managing Partner společnosti Noospaire: „Přínos studia Peugeot Design Lab byl značný, protože nám od samotného počátku projektu umožnil citelně zlepšit náš přístup, pomohl nám definovat přesná pravidla pro vymezení teritoria naší značky. Díky této spolupráci se nám podařilo dosáhnout dokonalé soudržnosti mezi image, kterou vysílá design našeho hlavního produktu, a tím, co sdělují jednotlivé součásti vyvi-

Peugeot Design Lab: ne auto, ale hodinky

nuté komunikační nástroje. Výrobek tak získal přesné určení.“ Slogan značky Pecqueur Conceptuals „Umění mechaniky v pohybu“ (Mechanical Arts in Motion) spojuje krásu a technickou inovaci s dynamikou pohybu.

Vytvoření logotypu značky Pecqueur Conceptuals

Inspirací k vytvoření logotypu značky Pecqueur Conceptuals byl pravidelný pohyb hvězd, který představuje krásnou podívanou a současně je nejlepším způsobem, jak pocho- pit čas a prostor. Kompozice logotypu graficky spojuje písmena O a P jména Onésiphore Pecqueur využívá osu otáčení nasměrovanou v úhlu 17°, díky níž je v neustálém pohybu. Osa vytváří rovnováhu proporcí a stabilitu mezi monogramem a značkou Pecqueur Conceptuals.



Vytvoření konceptu hodinek Pecqueur Conceptuals

Zvláštní pozornost byla věnována vývoji hodinářské komplikace GMT koncepčních hodinek. V hodinářství se komplikací nazývá každá funkce, která je nad rámec zobrazení hodin, minut a vteřin. Komplikace může být astronomická, praktická nebo technická. Tato hodinářská komplikace GMT ukazuje na dvou cifernících současně čas v daném místě a čas v druhé časové zóně, aniž by však došlo k rozdělení mechaniky používající diferenciál, kte-

ry v designu hodinek upoutá na první pohled. Nový kalibr OP 21/1-15, vytvořený specificky pro tyto hodinky, je věrný původnímu principu značky Pecqueur, s odstupňovanou, a ne plochou kompozicí, na rozdíl od klasických hodinových diferenciálů. Toto inovativní uspořádání se opírá o ozubení s úhlovým posunem. Hodinky působí vzdušně a elegantně plasticky. Hodinky také získaly funkční výhody, došlo ke snížení tření a menší spotřebě energie, takže mají vyšší výdrž a přesnost. Cílem studia Peugeot Design Lab bylo vyzdvihnout výraznou osobnost značky Pecqueur Conceptuals, kterou tvoří smyslná elegancie podtržená jemnými detaily a designem ciferníku i pouzdra. Peugeot Design Lab na dosažení nevhodnějšího objemu a dokonalého souladu mezi jednotlivými ukazateli hodinek úzce spolupracoval s designovým hodinářským studiem LTM (Le Temps Manufacture) se sídlem ve Fleurier ve Švýcarsku.

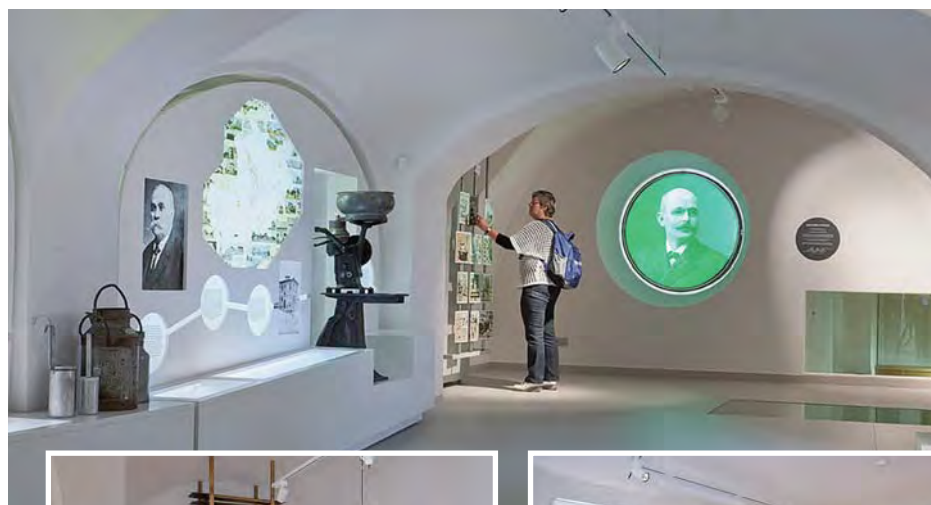
Vrstevnaté uspořádání vytváří jemné stíny a hloubky. Jednotlivé ciferníky vyvolávají dynamický dojem vzájemně propojeného soukolí a odrážejí žádoucí dojem pohybu. Mistrovským dílem konceptu je můstek diferenciálu, který překrývá ciferník s místním časem. Vyčnívá nad vyhloubeným prostorem, kde dochází mechanická složka ikonické součásti hodinek, diferenciálu, které dodává použitý materiál měděný vzhled. Použitý můstek zdůrazňuje mechanickou revoluci hodinářské komplikace GMT. Pouzdro je opracované tak, aby působilo co nejvíc odlehčeně. Hodinky se jeví velmi jemně, lehce a elegantně. K plynulému smyslnému designu přispívají i použité materiály – kartáčovaný a leštěný kov vytvářející saténový vzhled. Ciferník s rovnoběžnými pruhy ve stylu Côte de Genève nabízí zvládnuté linie, jejichž plastický reliéf využívá odlesků světla. Hodinky se tak řadí mezi exkluzivní výrobky luxusního hodinářství. Podle dokumentace studia Peugeot Design Lab je autorem pouzdra společnost Artisans Boitiers z Chaux-de-Fonds ve švýcarském pohorí Jura, která umožnila firmě LTM sestavit první dva prototypy tohoto nového hodinářského díla. (tz)

Do Muzea Olomouckých tvarůžků v Lošticích

Také si stále častěji říkáte, že z bludného kruhu zaneprázdnění a pod tlakem nejrůznějších povinností musíte trochu změnit směr? Hledat odpočinek, relaxaci, pozornost mysli i těla nasměrovat jinam? Někdo utíká ke sportu, jiný třeba k literatuře faktu, další miluje výlety po České republice. Rádi bychom vám dali tip na místo, kde určitě pookřejete. Vydejte se do Muzea Olomouckých tvarůžků v Lošticích.

Olomoucké tvarůžky jsou netučným podmazem zrajícím sýrem s charakteristickou chutí a vůní, který si dříve lidé vyráběli podomácku na každém hanáckém statku. Svůj název získaly podle města, ve kterém se s nimi na trhu obchodovalo. Dnes se vyrábějí už jen v Lošticích, které jsou od Olomouce vzdáleny pouhých 30 km.

Společnost A. W., která Olomoucké tvarůžky ve jmenovaném městě vyrábí pod značkou zakladatele firmy Aloise Wesselse, vybudovala tomuto jedinečnému sýrovému skvostu muzeum již v roce 1994, avšak umístění uvnitř výrobního závodu omezovalo jeho rozvoj. Nových prostor se dočkalo vloni v létě, kdy bylo slavnostně otevřeno vskutku noblesní bezbariérové muzeum, které v moderně pojatých expozicích představuje historii Olomouckých tvarůžků od nejstarších pramenů do současnosti. Vystaveny jsou i některé originály strojů z 20. století, z nichž část je plně funkční. Forma individuálních prohlídek dá každému možnost výběru podle jeho zájmu a časových



možností. Pro návštěvníky, kteří zatouží o rozšířený výklad nad rámec audiovizuálních programů, jsou v muzeu k dispozici tři informační místa vybavená stolním počítačem s programem Panorama, kde je možno vyhledat podrobné informace.

Doba prohlídky trvá dle osobního zájmu zhruba jednu hodinu. V podnikové prodejně, která na muzeum navazuje, mají návštěvníci možnost si zakoupit Olomoucké tvarůžky a spoustu lahůdek z nich.

Muzeum je otevřeno celoročně sedm dní v týdnu, od 9 do 17:30 hodin. Přijměte tedy naše pozvání, těšíme se na vás.

Kontakty:

tel: +420 583 401 217

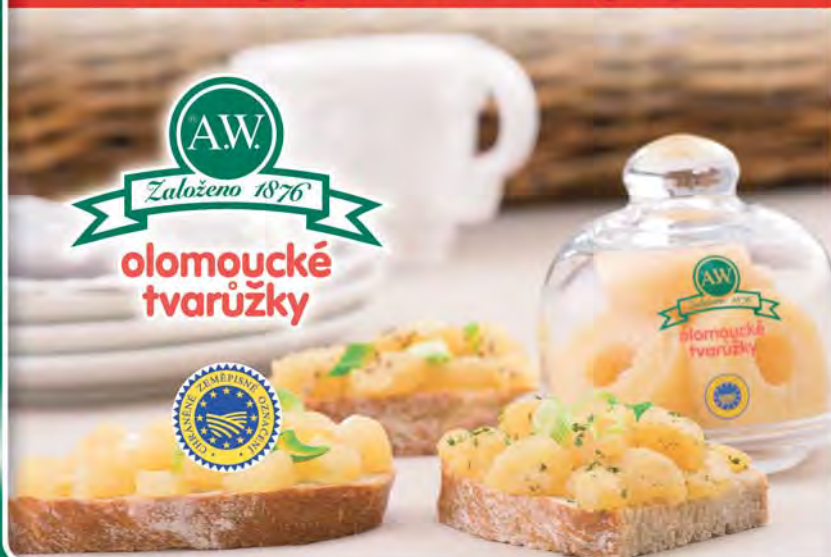
e-mail: awmuzeum@tvaruzky.cz

www.tvaruzky.cz

Objednávkový systém: rezervace.tvaruzky.cz/

INZERCE

Jediný původní český sýr



Olomoucké tvarůžky vynikají mezi sýry díky svým nutričním hodnotám – obsah tuku jen do 1 %, přitom jsou zdrojem plnohodnotných bílkovin a vápníku. Mají jemně pikantní chuť a charakteristickou vůni.

- tradice více jak 500 let
- chráněné zeměpisné označení
- více jak 20 variant tvarů a hmotností
- stovky receptů studené i teplé kuchyně
- muzeum Olomouckých tvarůžků v Lošticích
- podniková prodejna v Lošticích

www.tvaruzky.cz



Chodíme po hlavě, nohy bolí

Společností začíná hybat diskuze o životním stylu. Vrchovatě přetéká diktát po dynamice, nutnosti být in a on, mít mobil pod polštářem, být k dispozici 24 hodin denně. Někteří toho začínají mít plné zuby. Začali jsme odmítat trendy stravování, neboť jsme si uvědomili, že naše ža-

ludky a cévy zaplňujeme umělými dávkami těžko definovatelných sloučenin, a vycházíme tak dokonale široké nabídce farmaceutických firem vstříc (nic proti této nabídce, reaguje na naše uměle vyvolané potřeby). Ptáme se, proč jsme přestali chodit pěšky a proč trávíme kus života ve fitku na nejruznějších strojích, které by měly být spíše doplňkem našeho pohybu. Den máme rozplánovaný na minuty, ale zapomněli jsme na pár sekund milého slova pro své nejbližší. Korporace nám nařídily v rámci firemní kultury se usmívat, takže se nemůžeme zamračit ani tehdy, když si to situace vyžaduje. Zlobivého synka nesmíme plácnout po zadnici, protože by to bylo týráním bez ohledu na to, jak malý uzurpátor psychicky ničí nás. Na dobrou noc si místo polibku nasypeme do úst pár tabletek vitaminů a stejně neusneme. Večer u televize nezakousneme do jablka z české zahrady (třebas i jablka sváru), ale šustíme pytlíkem solených chipsů. A ráno se nezdravíme, píšeme si rovnou e-mail...

Eva Brixí, šéfredaktorka

čtěte s námi

Lidl zase právem úspěš

Nejvíce hlasů ze všech obchodníků dala veřejnost společnosti Lidl, která v soutěži MasterCard Obchodník roku zvítězila v kategorii Cena veřejnosti již posedmé. Maloobchodní řetězec vyhrál také kategorii Kreativita roku, v níž odborná porota ocenila kuchařku Romanu Pauluse a Marcela Ihnačáka. Veřejnost zajistila společnosti Lidl prvenství v kategorii GE Money Bank Cena veřejnosti s celkovým počtem hlasů 31 772. „Vždycky je mnohem těžší obhajovat vítězství a my jsme rádi, že nám naši zákazníci vyjádřili svoji důvěru i v letošním roce. Z vítězství, o kterém rozhoduje veřejnost, se velmi radujeme, ale znamená pro nás také závazek, že budeme pokračovat v našem cíli nabízet na českém trhu nejlepší poměr kvality a ceny a přicházet se stále novými nápady,“ uvedl Michal Farník, jednatel společnosti. Veřejnost mohla „svého obchodníka“ podpořit v hlasování na internetu a přes SMS zprávu. Hlasování probíhalo od 17. listopadu 2014 do 11. ledna 2015. Celkem si obchodníci rozdělili 388 844 platných hlasů, což je o 234 871 víc než loni. Společnost Lidl získala stejně jako vloni ocenění v kategorii MasterCard Kreativita roku. A opět zabodovala s kampaní spojenou s kuchaři. Odborná porota ocenila kampaň na kuchařku Romanu Pauluse a Marcela Ihnačáka, kterou vydal Lidl na konci loňského roku a rozdával zákazníkům za jejich nákupy. „Vydání kuchařky s recepty šéfkuchařů znamenalo určitý milník v našem projektu Paulus vs. Ihnačák. Jsme moc rádi, že kuchařku ocenili nejen zákazníci, u kterých měla obrovský úspěch, ale i odborníci na marketing,“ doplnil Michal Farník. (tz)

Prosperita Fresh Time

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 4, únor 2015

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

Pokud budou lidi...

Více než čtyři pětiny (81 %) generálních ředitelů nejvýznamnějších firem působících na českém trhu očekávají, že jim letos porostou tržby. Loni jich bylo 76 %. Velmi jistých si je svým růstem 40 % ředitelů (loni 34 %). Jak ukázal již šestý ročník Průzkumu názorů generálních ředitelů, který mezi více než 150 šéfy významných tuzemských firem provedla poradenská společnost PwC Česká republika, za největší hrozbu považují nedostatek lidí s odpovídajícími dovednostmi a znalostmi. O takové zaměstnance bude mezi firmami boj, neboť zvyšovat počty svých zaměstnanců plánuje letos více než polovina dotázaných. Vývoj ekonomiky považuje za velkou hrozbu pro své podnikání jen 14 % generálních ředitelů, loni jich bylo 32 %. Velkou obavou z kolísání měnových kurzů má stejně jako loni 22 % dotázaných. Zásah centrální banky k oslabení koruny hodnotí s více než ročním odstupem kladně pro svou firmu 37 % dotázaných, naopak 29 % se domnívá, že převážily negativní dopady. Zbýlých 34 % hodnotí neutrálně či se jich to nedotklo. Krizi na Ukrajině a související ruské sankce zatím výrazně pocítilo jen 12 % firem, z toho například 6 % v podobě výrazného poklesu tržeb za loňský rok a 4 % v podobě výrazného poklesu zakázek pro následující roky. Ne sice tak významný, ale přesto nějaký pokles tržeb za loňský rok čeká v této souvislosti 27 % firem a 23 % určitý pokles zakázek do budoucna. Celkem 7 % podniků začalo kvůli tomu hledat nová odbytiště zcela mimo území bývalého Sovětského svazu.

„Generální ředitel vidí rok 2015 optimisticky, ale uvědomují si, že hrozby, které letos ještě nejsou tak dramatické, se mohou v příštích letech prohloubit. To je podle mého názoru i důvodem mírného poklesu podílu těch, kteří očekávají růst své firmy v následujících třech letech, a to z 92 % na 95 %. Více než polovina firem, které chtějí letos nabírat, obava z nedostatku kvalitních lidí a rostoucí podíl inovátorů však jasně ukazují, že generální ředitelé uvažují prorůstově a chtějí bojovat o své místo na trhu,“ shrnul výsledky průzkumu Jiří Moser, řídicí partner PwC Česká republika. Nejvíce růstových příležitostí vidí generální ředitelé na domácím trhu (27 % dotázaných). Dobrou zprávou je zvyšující se podíl těch, kteří sázejí na vývoj nového výrobku či služby (23 %, loni 19 %). Následuje stávající zahraniční trh (22 %) a stejně jako loni necelá desetina dotázaných (9 %) hodlá uspět na novém zahraničním trhu. Nejčastějším zdrojem financování růstu firem budou stejně jako v předchozích letech jejich vlastní peníze (88 %, loni 84 %). Půjčit v bance si plánuje méně generálních ředitelů než loni (30 % vs. 41 %). Okolo desetiiny dotázaných se pohybuje podíl těch, kteří hodlají financovat růst z veřejných prostředků, vč. fondů EU (z loňských 13 % na 9 %). Firmy si nadále hodlají pečlivě hlídat náklady. Stále více než dvě třetiny (68 %) oslovených plánuje i pro letošní rok úsporná opatření. Je to však méně než loni, kdy k nim přistoupilo 74 % společností. Podniky v Česku plánují letos vytvářet nová pracovní místa. Rozšiřovat počty zaměstnanců se chystá více než polovina (55 %, loni 44 %) firem, zatímco snižovat jen necelá pětina (18 %, loni 28 %). Generální ředitelé si tak logicky kladou otázku, kde nové kvalitní zaměstnance seženou. Nedostatek lidí s odpovídajícími znalostmi a schopnostmi se tak stal největší podnikatelskou hrozbou pro letošní rok, které se velmi obává 35 % dotázaných. „Generální ředitelé již zapomněli na krizi a hledají svou vlastní cestu k růstu. Bez kvalitních lidí to ale nejde a s očekávanou expanzí je zřejmé, že jich budou potřebovat více. Globální trh práce se postaral o to, že o nejkvalitnější odborníky a manažery firmy usilují napříč celým světem. Nedostatek pracovníků ze středoškolským technickým vzděláním podniky pociťovaly i během krize. Cena práce tak poroste a české firmy budou muset mít dostatečně konkurenční produkty, aby si na ni dokázaly vydělat,“ upozornil Jiří Moser. (tz)

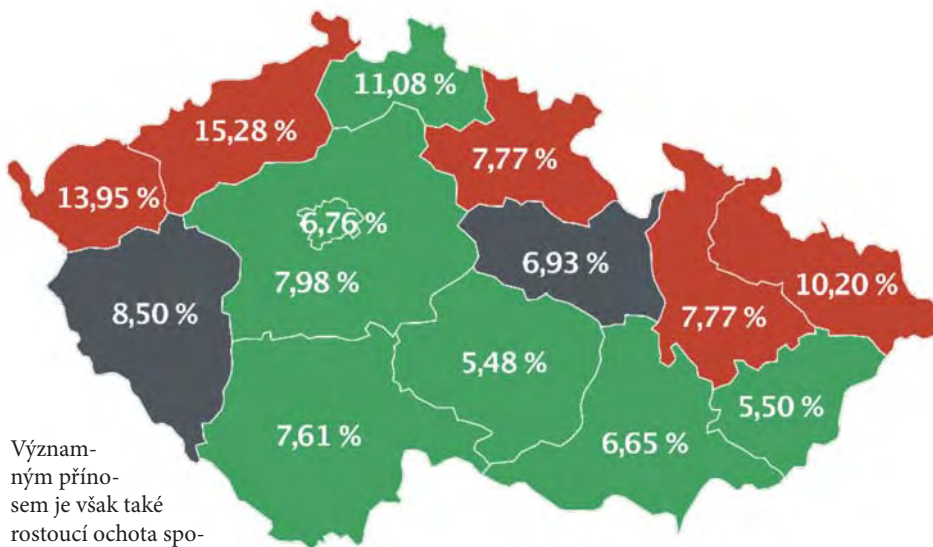


Platební morálka klientů se lepší

Ke konci roku 2014 evidovalo sdružení SOLUS ve svém Registru fyzických osob dluh po splatnosti u 8,23 % dospělých obyvatel ČR. To je sice jen nepatrně nižší číslo, než k 30. září 2014, ale po dvou čtvrtletních zhoršeních je to obrat k lepšímu.

Pozitivní trend mohl být mimo jiné způsoben i díky růstu zájmu občanů o ověřování vlastní platební morálky. „Sdružení SOLUS dlouhodobě informuje a vzdělává spotřebitele mimo jiné v tom, že před svými závazky nemohou strkat hlavu do písku. Přinášíme jim i moderní a efektivní cesty, jak mohou svou platební morálku pravidelně ověřovat – například prostřednictvím služby SMS Výpis, kde jsme i díky aplikaci pro chytré telefony mohli nabídnout druhou a další SMS již jen za 30 Kč,“ uvedl Jan Stopka, tajemník sdružení SOLUS. Sdružení SOLUS dlouhodobě pozoruje významné rozdíly v platební morálce mezi jednotlivými kraji. Dlouhodobě nejhorší je situace v Ústeckém kraji, kde u členů sdružení SOLUS dlouhodobě neplní své závazky 15,3 % dospělých obyvatel kraje. Desetiprocentní hranici překračuje také Karlovarský kraj, Liberecký kraj a Moravskoslezský kraj. Nejméně potíží se splácením závazků eviduje SOLUS naopak na Vysočině a ve Zlínském kraji, kde se pohybuje podíl osob s dluhem po splatnosti kolem hranice 5,5 %.

Zamezit dalšímu nárůstu počtu osob v prodlení se daří u členů sdružení SOLUS zejména díky sdílení informací o klientech, kteří již u jiného člena neplní své smluvní závazky a díky zodpovědnému přístupu členů sdružení SOLUS při posuzování žádostí spotřebitelů o nové služby. „Zodpovědný přístup našich členů je naprosto klíčový. Proto při jednání o možném členství klademe na tuto oblast velký důraz, a pokud nemáme záruky, že společnost nebude dále zadlužovat osoby, které již mají problémy se splácením svých aktuálních závazků, tak se nemůže naším členem stát,“ doplnil Jan Stopka. Zodpovědní by měli být i samotní spotřebitelé a nepůjčovat si u společností, které nabízejí své služby „bez ověření v registrech“.



Významným přínosem je však také rostoucí ochota spotřebitelů kontrolovat

svou platební morálku a historii. Počet elektronických výpisů zaslaných prostřednictvím SMS již od roku 2012 překračuje počet výpisů zaslaných v tradiční papírové formě. Kompletní návod, jak kontrolovat svoji platební morálku, je na adrese www.SMSVypis.cz.

Sdružení SOLUS sdružuje aktuálně 45 společností, které se svojí činností snaží omezovat další zadlužování osob, které již své aktuální závazky nejsou schopny splácet.

Je zájmovým sdružením právnických osob, jehož cílem je v rámci tzv. odpovědného úvěrování přispívat k prevenci předlužování klientů, k prevenci růstu počtu dlužníků v prodlení, ke zvyšování vymahatelnosti stávajících dluhů po splatnosti a ke snižování potenciální finanční ztráty věřitelů. Členové sdružení SOLUS se od roku 1999, kdy byl SOLUS zaregistrován a zahájil činnost, snaží minimalizovat finanční ztráty z poskytovaných služeb z důvodu, aby je v ceně poskytované služby nemuseli hradit dobří klienti.

Sdružení SOLUS k dnešnímu dni sdružuje řadu společností z různých ekonomických sektorů. Jsou mezi nimi nebankovní finanční instituce, banky, telekomunikační operátoři, distributoři energií a další společnosti. Všechny tyto společnosti mohou díky členství ve sdružení SOLUS a prostřednictvím registrů SOLUS efektivněji řídit riziko u služeb, které poskytují.

(tz)
www.solus.cz

Podíl počtu osob se závazkem po splatnosti v negativním registru SOLUS na celkovém počtu obyvatel ve věku 18 let a více v jednotlivých krajích.

kraj	počet osob v prodlení	vývoj proti 9/2014
Praha	6,76 %	▼
Středočeský	7,98 %	▼
Jihočeský	7,61 %	▼
Plzeňský	8,50 %	—
Karlovarský	13,95 %	▲
Ústecký	15,28 %	▲
Liberecký	11,08 %	▼
Královéhradecký	7,77 %	▲
Pardubický	6,93 %	—
Vysočina	5,48 %	▼
Jihomoravský	6,65 %	▼
Olomoucký	7,77 %	▲
Zlínský	5,50 %	▼
Moravskoslezský	10,20 %	▲
Celá ČR	8,23 %	▼

Dárky a dárečky, hrnky a hrnečky

Miluji dárky a dárečky, nadmíru pak hrnky a hrnečky, šálky a podšálky, káfé a mocca mrňousky i obří hrnky na bylinné čaje, které se spíš hodí k recesi než k popíjení lahodného nápoje. Ty, které pocházejí z dílny mistrů Českého porcelánu v Dubí u Teplic, jsou, měřeno pohledem laika i citlivým okem zkušeného obchodníka, nepřebornou studnicí nápadů, tvarů, dekorů, zhmotnělých názorů, designérských extravagancí i klasiky a tradice. Ať jsou pruhované, puntikované, kytičkované, jednobarevné, se srdíčky Valentýnskými, nebo motýlími křídly, vždy to jsou předměty, které patří k nám, domů. Na stůl, na poličku, do skříňky, do ruky.

A což teprve ty s cibulákovým vzorem s jemným dekorem kobaltových ornamentů! Určitě je znáte, většina z vás z takových krásných pokladů pila kávu při nejedné všední i slavnostní příležitosti. Porcelán ze severu Čech je ušlech-



tilý stejně tak jako ušlechtilý jsou inovativní myšlenky a činy generálního ředitele Ing. Vladimíra Feixe. Jeho nápadům ve fabrice nikdo nestačí, a ani jeho tempu práce. Často je to on, který vymýšlí, jak který hrnek bude vypadat, k jaké příležitosti by měl sloužit. Z katalogu produktů vyčtete, že sto tvarů hrnků je stále málo a že přibývají postupně další a další. Je také autorem moderního pojetí cibuláku, který, jak říká, se hodí nejen k velikonočnímu stolování nebo do firemních kultovních zasedáček, nýbrž klidně i na chalupu, k avantgardním designovým obývacím pokojům či k snídaňové kultuře v paneláku.

A sortiment z Dubí doplňuje ten, který se vyrábí nedaleko, v továrně Royal Dux v Duchcově, která ke značce Český porcelán již patří. I tady se vyrábějí hrnky, které potěší k svátku, narozeninám, jen tak jako vkusný prezent pro přátele firmy, pro vybavení kaváren a cukrárníček.

Obě slavná města nejen svojí historií, ale především porcelánkami, přinášejí do našich domovů, kanceláří i reprezentativních prostor noblesu, ducha a pohlazení. Nabízejí nám ochutnávku ušlechtilých nápojů v ještě ušlech-

tilším obalovém materiálu řečeno slovem technika. Hrnky a hrnečky však nejsou jen proto, abychom z nich usrkávali cosi voňavého, co nás zahřeje a povzbudí. Jsou proto, aby rozehrávaly duši, naše vnitřní já pohledem na cosi, co je krásné, inspirativní, nad čím se pousmějeme a co se nám prostě a jednoduše líbí. Ráda nakupuji hrnky a hrnečky a s poselstvím je dávám těm, kteří si z nich dokáží vychutnat den.

Eva Brixí ■■■

