

září 2015

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

Osobnosti tohoto vydání:

Aleš Aldo Kolářek  
Petr Paksi  
Petr Čech  
Petr Koten  
Miroslav Bukva  
Vladimír Zikmunda



# Aleš Aldo Kolářek

Kdy je mlsání povoleno

rozhovor na stranách 2-3



# Kdy je mlsání povoleno

## aneb Jak jsem přišla o hendikep z toho, že se neznám s Alešem Aldo Koláčkem



Aleš Aldo Koláček

Ty neznáš Aleše Aldo Koláčka? Otázku, kterou jsem dostala snad nejméně desetkrát před půl rokem, kdy značka Manner slavila své krásné výročí a obchodní a marketingový ředitel pro CZ a SK brněnské společnosti Josef Manner s.r.o. Aleš Aldo Koláček připravil se svým týmem pro přátele a příznivce značky Manner v Praze velkolepou show. Miha jsem se tam, ochutnala mnoho produktů Manner, včetně Original Neapolitaner, Sticks a spousty dalších skvělých výrobků. Casali banánky, Rum Kokos a prémiové Mozartovy koule. Uživala jsem si dobré nálady všech. Nejvíce mne zajímal samozřejmě hlavní aktér, který měl energie na rozdávání. Dokázal projevit zájem o každého, kdo přišel. V duchu jsem si říkala, jak to ten chlap zvládne, vždyť to by nevydržel ani buldozer. Vyměnili jsme si vizitky a já mu začala fandit. Jeho marketingovému nadání, citu, chuti za značku položit život. To se vidí málokdy. Když se po nějaké době opět někdo podivil, že jsem k A. A. Koláčkovi stále ještě nepronikla, cítila jsem, že je potřeba to změnit. Že neznat se osobně s tímto mužem znamená nést s sebou společenský i podnikatelsko-manažerský hendikep. A rozhodla jsem se to napravit:

**Jste rozený obchodník a na výsledcích vaší práce je to znát...**

Když chcete něčeho dosáhnout, musíte tím žít. A já mám důvod znače, pro kterou pracuji, věřit. Zatím mne nikdy neklamala. Má výrobky, za které mohu dát ruku do ohně. Nikdy jsem neřešil, že by byly oplatky nebo čokoláda jakkoli ošizené. Již 125 let si tato proslulá rakouská firma hlídá kvalitu. Receptury jsou stále stejné, nemění se podle ekonomických možností. Přežila rozpad monarchie, první a druhou světovou válku, poradila si s loňskou neúrodou lískových oříšků v Turecku, ačkoli ta má dodnes pro trh fatální následky. Manner vždy z jakýchkoli prob-

lémů našel východisko. To se málokomu podařilo. To motivuje, posiluje.

**Na druhé straně uplatnit se na trhu v době, kdy se ke slovu více než kdy jindy dostává program zdravé výživy, polovina světa jde proti cukru a sladkostem, to je pro výrobce i distributory asi mimořádně těžké, nemyslíte?**

Svým způsobem ano. Na druhé straně je člověk odmalička zvyklý na sladkosti, ať už jsou to mléčné výrobky, nebo pečivo. A trocha cukru neškodí. Stejně tak babička, když jde s kamarádkou do cukrárny na kávičku, tak si ráda jed-

nou za čas takovou až slavnostní chvilku osladí třeba kouskem kvalitní čokolády. Není to nic proti ničemu. Pokud nesní celou bonboniéru na posezení nebo nemá vážné zdravotní důvody, proč sladké nejíst, neudělá rozhodně žádnou chybu. Určitě bych však souhlasil s tím, že trend, který se u nás rozmohl, tedy dát si balení oplatek místo svačiny nebo oběda, jen abych v rychlosti něčím zaplnil žaludek, organizmu neprospívá. Ale drobná radost, sladkost jako delikatesa, mlsání za odměnu v rozumném množství, to určitě ano. A to značka Manner ctí, respektuje a podporuje.

**Může vás těšit i to, že se český zákazník probouzí z množství agónie potravin produkovaných z náhražek a začíná volat po kvalitě.**

Domnívám se, že to bude dlouhá cesta, ale je fajn, že už ji někdo postupně vyšlapává, zejména mladší generace. Nemusím sníst metrů nezdravého, ale stačí pár kousků kvalitního. Osobně jsem rád, že se také kupující učí číst složení potravin na obalech. Manner se v tomto ohledu nemá zač stydět. Naopak doporučujeme, aby si každý osvěžil, co píšeme, z čeho se naše dobroty skutečně skládají, jaký podíl je oříšků, jaký čokolády atd. Skutečné pravé suroviny, žádné náhražky, žádná dochucovadla, příchutě. Náš oplatek má 82 % krému, neprodáváme upečenou mouku.

Jistou dobu jsme spolupracovali například s uznávaným odborníkem na stravování Petrem Havlíčkem. Jednoznačně potvrdil, že mlsání patří k životu a že v kontrolované podobě neškodí. Přece nebudu celý život ve stresu jen proto, že si bojím na narozeninách kamarádky vzít jeden banánek v čokoládě! Apeluji na zdravý rozum, mám pocit, že ho používáme stále méně.

**Zdravý selský rozum má své opodstatnění i v businessu, volá po něm stále více osobností, vidím, že jste jeho velkým zastáncem.**

Samozřejmě. Snažím se dívat na věci prakticky, jít po podstatě, netopit se v nesmyslech. I když se svět například díky technologiím neuvěřitelně změnil, dvě a dvě jsou pořád čtyři. Stalo se módním pseudomarketingem vše posuzovat očima analýz, srovnání, sáhodlouhých komentářů, kampaní, do kterých se pak všichni zamotají a základ problému uniká. Přitom někdy stačí se na chvíli zastavit a promluvit si třeba s obchodním partnerem a najít řešení během půlhodinky. Je to o domluvě, snaze, chtění.





**Ví se o vás, že jste nesmírně společenský, vstřícný a rád hledáte nové cesty businessu na základě dobrých, fungujících, ale zároveň korektních vztahů. Je to protipól anonymní internetové komunikace a posílání e-mailů, které nemáme čas číst?**

Svým způsobem ano. Není nad osobní kontakt. Během rozhovoru se dá vymyslet věcí! Pro mne jsou taková setkávání velmi přínosná. To sedíte, najednou ten zná toho, ten se potkal s tím, tamten spolupracuje s dalším. A vy zjistíte, že kamarád se zmínil o tom a tom tomu a tomu, pomůžte vám bezděčně, a udělá to rád, vy zase příště vyjete vstříc jemu, aniž to kohokoli cokoli stojí, aniž je to o úplatcích, protekcích. A funguje to! Mé metody jsou o naslouchání a chuti vyjít vstříc, a to mám rád. Lidé zase budou muset spoléhat na to, že se mezi sebou domluví, snažit se o to. Tyto tendence budou sílit. Vyžádá si to i určitý morální kredit, bez toho to už nepůjde.

**Na český trh jste i díky svému povahovému založení a znalostem přivedl pár značek. To je docela umění...**

Jsem na to docela pyšný. Ale kdo by nebyl. Se sladkostmi jsem začínal před 25 lety. Nyní pracuji jen pro značku Manner. Jde o špičkovou, prémiovou stálici na světovém žebříčku, což je zázemí, které člověku dodává nejen zdravé firemní sebevědomí. Navíc já této značce opravdu věřím, mohl jsem se přesvědčit v provozu, jak se oplatky či čokoláda vyrábí, jak se hlídá kvalita, receptura, na jakých zásadách funguje obchod. Prostě je to značka mého života. A jsem rád, že výsledky mého týmu tuto značku šlechtí.

**Sladký hřích je hlavně o emocích. Pro marketing jako stvořené, hlavně v současné době, kdy se emocím přisuzuje rovnocenná příčka v rozhodování zákazníka, v nakupování. Souvisí to také se stoletím žen, jak někteří dnešek označují. To vám nahrává, ne?**

Určitě ano. Ale pozor – i emoce mají přísná marke-

tingová pravidla. I ony mají co dělat se zmíněným selským rozumem. Ale je fakt, že něžná polovina lidstva je obecně více se sladkostmi spojována než muži. Ten model vnímání existuje a asi ho ani nikdy nikdo nebude chtít změnit. Vychází z podstaty a poslání ženy, která přináší do života pohlázení, lásku, sladkou péči. To muži nezvládnou, to není jejich poslání. Takže – sladká žena, silný muž. Žena více tíhne k nakupování, k organizaci času domácnosti, stará se o dárky k výročím, organizuje oslavy. A více podléhá svodům cukrárny.

**Souhlasím s vámi. Přesto se mi zdá, jako by muži v posledních letech také více konzumovali dortíky, čokolády, oplatky. Ale tak trochu to skrývají, jako by se styděli, jako by byla chuť na sladké jejich slabost. Čím to?**

Dříve byl muž, pokud jde o jídelničky, spojován asi opravdu více s masem, uzeninami, pivem. Když by přiznal, že miluje štrůdl, kterého spořádá po obědě doma celou šišku, mezi parťáky v hospodě by neobstál. Dnes už ale tato charakteristika není tak vyhraněná. Ale pořád se muži ochutnáváním čokolády moc nechlubí. Když se však na veřejnosti mihne nějaká celebrita, kterou prezentují média jako tu, která miluje třeba naše oplatky, rázem i muži zahodí ostychné, neboť příklady táhnou. Obecně si však myslím, že mají muži sladké jen o maličko méně rádi než ženy nebo je to půl na půl. Jde tedy spíš o přístup – k ženám sladkosti patří, k mužům ne. Proto je jejich mlsání spíše až intimní záležitostí.

**Zmínil jste se o celosvětovém nedostatku lískových oříšků, a to kvůli loňským mrazům v Turecku, které je jejich největším vývozcem. Jak se tak velký odběratel, jako je Manner, s těmito okolnostmi vyrovnal?**

Není to jednoduché. Strategie je však prostá: jednoduše prodáváme pořád dál své výrobky bez změny receptur, protože naši filozofii je dodávat spotřebiteli stále stejnou špičkovou kvalitu. V České republice se nám to daří.

**Nedá mi to – jak lze více prodávat, když se mají sladkosti konzumovat jen příležitostně?**

Na trhu je místa stále dost. Snažíme se být vynalézaví. Hledáme příležitosti. A ty existují. Musíme objevovat, komu náš sortiment nabízet. Musíme mít argumenty. Nebát se vlastní odvahy. Trochu experimentovat. Neodmítat zdánlivě nemožné. A věřit si. Víc neprozradím.

**Zamířili jste mezi firmy, umíte sestavit krásné dárkové balíčky, které chutnají. Je to jedina z cestiček, jak být vidět?**

Určitě ano, vyzkoušeli jsme si to a funguje to. Doba šilných diářů a levných propisek je ta tam. Hrncečky s logy, levná vína, to do dárkových předmětů nepatří. Všichni rozumní to vědí. Dárek nemusí být bombastický a nemusí vážit deset kilo. I drobnost od srdce potěší.

**Z toho mi plyne, že nejen zalistováním do velkých řetězců je v České republice a na Slovensku Manner živ. Vyplatí se vám i zásobování menších prodejen?**

Určitě ano. I my hledáme stále nové možnosti, jak oslovit klienta. Dnes nás najdete ve vlcích, na letišti Václava Havla stejně tak jako v prodejně delikates v menším městě. Právě v distribuci chystáme řadu novinek. Je nutné jít za zákazníkem, elegantně připomínat přednosti naší kvality i pestrého sortimentu. Opačně to nefunguje.

**Jste hodně otevřený člověk. Mnoho času věnujete právě navazování kontaktů, přátelství. Je to vaše nezaměnitelná image. Poznala jsem vás nyní osobně a moc mne to potěšilo, ztrácím hendikep a nabývám pevné půdy pod nohama.**

Pohodová komunikace je základ úspěšného businessu. Vyřeší za vás mnoho podstatného. Takže – kdybyste něco potřebovala, co mohu splnit, ozvěte se. Stejně tak to platí pro vaše čtenáře. Snažím se naslouchat a přemýšlet. A to mohu také nabídnout.

za rozhovor poděkovala Eva Brixí ■■■





# Tvoříme dveřní trendy v Česku



Na trhu se ještě nestihly ani pořádně ohřát, a přitom už mají za sebou premiéru v rámci českého pavilonu na jedné

z nejvýznamnější světové výstavy EXPO 2015 v italském Miláně... Skryté zárubně a designové dveře přerovské firmy J.A.P. představují špičku v segmentu dveřních kompletů v Česku. O jejich vývoji jsme si povídali s výkonným ředitelem společnosti J.A.P. Petrem Paksim, který v jejich potenciál věřil od prvních nákrešů.



Petr Paksim

**Jak se stane, že na trhu poměrně nový produkt dostane šanci na MADE EXPO Italia?**

Vše souvisí s konceptem českého pavilonu na Světové výstavě EXPO 2015 v Miláně. Celá expozice výstavního pavilonu poukazuje na jednodušnost národního stylu – na modernizmus. A to je také důvod, proč jsou součástí expozice naše produkty. Systém skrytých zárubní EMOTIVE doplněný o naše nové designové dveře MASTER je podřízen minimalistickému trendu, který je v současnosti velmi žádaný a moderní, proto je i architekti z ateliéru CHYBIK + KRISTOF AA zařadili do svého projektu. Jsme velmi rádi, že jsme měli možnost prezentovat na EXPO naše výrobky. Řekl bych, že i v tak silné světové konkurenci jsme nijak nezaostali. Což je samozřejmě skvělá zpráva i pro naše zákazníky a obchodní partnery, kteří se mohou pyšnit výrobky, odpovídající úrovni světového designu a špičkového technologického zpracování.

**Co vás vlastně vedlo k výrobě skrytých zárubní?**

V naší branži je nutné stále sledovat trendy nebo spíše náznaky z největších italských nebo německých veletrhů, které dávají tušit, co bude moderní pro nadcházející období. Tuto inspiraci si přivážíme do naší přerovské výroby, kde začíná technologický vývoj a návrh designu výrobku. Minimalismus, který se prolíná všemi odvětvími, nás donutil podívat se na řešení zárubní jiným pohledem. A protože i z řad našich zákazníků jsme měli poptávky na variabilní řešení nejen pro posuvné, ale také pro otočné dveře, pustili jsme se do vývoje skrytých zárubní.

**Co si pod pojmem skryté zárubně máme představit?**

Asi každý si dovede představit, jak vypadají klasické zárubně. Jsou v podstatě nepřehlédnutelným prvkem, který dveře rámuje, přičemž vždy vystupují o několik milimetrů před zeď. Náš systém zárubně ukrývá do zdi – přesněji pod omítku nebo tapetu. Dveře tak z pohledové strany tvoří se zdi jednu rovinu... Výsledkem našeho snažení je tak ucelená řada dveřních systémů EMOTIVE, kde zárubně tvoří jen tenký kovový rámeček v síle 16 mm, a AKTIVE, které jsou absolutně bezobložkové. Skryté zárubně nepředstavují pouze moderní řešení dveřních průchodů. Jejich síla je zejména v tom, že jsou kompatibilní se všemi typy dveří v otočném i posuvném provedení. Maximální sladění

a ucelenost dveřních systémů... to byla pro nás výzva, kterou se podařilo úspěšně pokořit.

### Museli jste novému segmentu skrytých zárubní podřídit výrobu?

Řekl bych, že částečně. Spíše bylo nutné investovat do nového strojního zázemí. Jak skryté zárubně, tak dveře MASTER mají vysoký podíl materiálů eloxovaného hliníku a skla. Divizi opracování interiérového skla máme kompletně zařízenou již několik let. Centrum na práci s hliníkem jsme ale museli podstatně rozšířit, doplnit o nové CNC obráběcí stroje. Investice do těchto technologií se loni vyšplhaly na 8,5 milionu korun. Další značnou investicí byl čas – vývoj skrytých zárubní trval přibližně dva roky a dveře MASTER vznikly v průběhu dalšího roku. Laikovi se to může zdát jako dlouhá doba, já však na základě praxe mohu říci, že je to poměrně rekordní čas. Výraznou měrou se na něm podílelo využití špičkové technologie 3D tiskárny. Trojrozměrný model výrazně urychlil vývoj a ušetřil mnoho vstupních nákladů.

### Jak vypadá výrobní plán?

Začal bych číslem, které pro nás představuje výrobní ideál. Cílem je vyrobít měsíčně kolem 2000 kusů zárubní a 100 kusů hliníkových dveří. V současné době se celkový počet výrobních dveřních kompletů pohybuje kolem 30 kusů za měsíc a skrytých zárubní 200 ks za měsíc. Velmi intenzivně pracujeme na tom, abychom se těmto hodnotám co nejrychleji přiblížili. Když si vzpomenu na samé začátky, tam se pohybovala výroba na pěti kusech za měsíc... Každým měsícem se poptávka zvedá.



Rádi bychom se časem dostali číslem výrobních zárubní na počet stavebních pouzder, kterých měsíčně vyrobíme 2500 kusů.

### Můžeme se těšit na nějaké další novinky?

Práce na vývoji nových produktů nikdy nekončí. Je to jeden z aspektů mé práce, který je pro mě velmi inspirativní. V podstatě stále vyvíjíme nová konstrukční řešení nebo vylepšujeme ta stávající podle zpětných reakcí, které máme od obchodních partnerů, zákazníků a spolupracujících architektů. Jsem velmi pyšný na to, že nové produkty se řadí mezi vysoce designové a plně srovnatelné



s evropskou špičkovou produkcí. V současné době jsme pro potřeby prezentace vytvořili v rámci našeho výrobního závodu v Přerově nový showroom, který je spíše než pro zákazníky

určen architektům nebo prodejcům. Představujeme zde nové výrobky, ale také produkty, které jsou ve stádiu konceptu – technologické studie, které zatím ještě testujeme a zvažujeme jejich zavedení na trh. Tento stánek designu ukazuje například nové dveře STRONG nebo skryté zárubně ACTIVE, do kterých lze použít také celoskleněné dveře. A novinek je samozřejmě více, hodně nápadů nosím zatím jen ve své hlavě a přemýšlím, jakým způsobem je realizovat. Společnost J.A.P. se za dobu své existence posunula z pozice výrobce na metu tvůrce designu nejen v segmentu dveřních systémů.

(red)

### Společnost J.A.P. spol. s r. o.

Přerovská společnost J.A.P. působí na českém trhu již od roku 1991. Její filozofií je dodávat na trh stavební kovové prvky vysoké kvality s nápaditým designem, za přijatelnou cenu. Svým zákazníkům nabízí celoskleněné produkty, včetně designového Grafoskla, stavební pouzdra pro zasouvací dveře, ucelenou nabídku posuvných systémů po stěně, stahovací schody, včetně jejich protipožární a zateplené úpravy, interiérová a exteriérová točitá, segmentová a bočnicová schodiště, nerezové zábradlí. Svoji obchodní politiku směřuje jak na tuzemský, tak zahraniční trh.

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



# Koupelna má dnes i jiné funkce než jen očistu těla



Stali se z vás architekti, zedníci, instalatéři či nadšenci, kteří propadli svému snu o nádherné, funkční, elegantní koupelně s nádechem provokativnosti a tvořivé odvahy? Vymýšlíte variace, které ihned překonají další nápady? Určitě je to povzbuzující a váš mírný adrenalin se brzy zúročí. A jestli právě probíráte, jaký koupelnový nábytek zvolit, zveme vás k úvaze nad výrobky značky Jika. Hovoří o ní Ing. Petr Čech, produktový a Business Development manažer – koupelnový nábytek společnosti LAUFEN CZ s.r.o.

**Co všechno lze dnes zařadit pod pojem koupelnový nábytek? Jsou to jen skříňky a skříňně, anebo i doplňky a nějaké výjimečnosti?**

V podstatě jsou to všechny úložné a odkladní prostory, které si v koupelně můžete představit. V poslední dekádě zažil koupelnový nábytek výrazný boom a např. u umyvadel se jím nahrazuje dříve používaný keramický sloup nebo kryt sifonu. Což jasně ukazuje na přání uživatele využít každé možné místo na uložení předmětů denní hygieny a zařídit si koupelnu více jako obytný prostor než jen jako umývár-

nu. Kromě běžných skříňek a zrcadel stojí za zmínku elegantní řešení s použitím umyvadlových desek a zajímavou skupinou, ne tak častou, jsou obklady k zabudování van, z materiálu, jako je ostatní nábytek v koupelně.

**Jak jdou společnou cestou praktičnost a představy designérů? Je to o užitečných kompromisech?**

V našem oboru máme velkou výhodu, že jsou designéři, kteří se i na vývoj koupelnového vybavení specializují – a s takovými spolupracu-



jeme. Takže uděláme základní zadání, a na řešení designu, který vyhovuje praktičnosti a výrobním možnostem, postupně pracujeme společně. Avšak nemusíme designérovi vysvětlovat od základů všechna specifika produktů do koupelen, což je obzvláště důležité u keramických kusů, které jsou z našeho sortimentu z hlediska vývoje to nejsložitější a určité zkušenosti s tímto materiálem jsou zde nejen žádoucí, ale de facto nutností.



Petr Čech a generální ředitel Ladislav Dvořák ve výrobě



**Jika je zavedená značka a nabízí dosti modelových řad. Řemeslníci o ní tvrdí, že je natolik univerzální, aby si vybral opravdu každý. V čem jsou její přednosti?**

Jednoduše: Kvalita. Rozsah sortimentu = komplet koupelna, již včetně obkladů. Rozsah designových řešení. Dostupnost. Cenové rozpětí od nižší po střední hladinu. Servis.

**Podle jakých atributů se vlastně rodí nový modelový systém koupelnového nábytku? Jsou to připomínky instalatérů, náměty uživatelů, nápady výtvarníků?**

V první řadě je to sortiment sanitární keramiky, ke které nový nábytkový set vyvíjíme, velikostně spolu musí tyto dvě komodity pasovat dohromady. Dále vychází podoba výsledného setu z celého procesu vývoje, což obsahuje zadání projektu, designový návrh, na kterém často spolupracujeme s architekty, technické a funkční řešení produktu atd. A samozřejmě během tohoto procesu bereme na zřetel připomínky jak těch, kdo výrobky berou do rukou

a montují je, tak koncových uživatelů, kteří jsou pro daný produkt cílovou skupinou.

**Domácnosti většinou touží po menších koupelnových skříňkách, aby nábytek nezabíral mnoho prostoru, ale aby se toho do nich hodně vešlo. I takové zázraky dokážete?**

V posledních dvaceti letech došlo k ohromnému rozvoji v sortimentu a skladbě koupelnového vybavení, ale ne tak pokud se bavíme o možnostech plošného prostoru v koupelnách – máme stále k dispozici víceméně ten samý prostor, do kterého potřebujeme umístit koupelnu, která má dnes však už i jiné funkce než jen očistu těla. A to bylo jedno z hlavních zadání při vývoji setu TIGO – který byl zaměřen právě na to, jak udělat funkční a hezkou i malou koupelnu. Zde najdete nábytek se zásuvkami, které maximálně využívají prostor pod umyvadlem, a díky plnovýsuvu máte přístup do celé zásuvky, zároveň umyvadlo disponuje odkladními plochami se snadnou údržbou. Stejně tak napří-

klad horní mělká skříňka, kterou lze umístit nad pračku, a tím zcela využít prostor. Nebo jde o kompaktní závěsné záchody s hloubkou pouze 49 cm, ale při zachování pohodlné hloubky sezení.

**Češi bývali ve využívání potenciálu barev konzervativní. Jaké jsou vaše zkušenosti dnes? Hrají si lidé více, experimentují?**

Pokud si více hrají s barvami, tak je to především vidět na obkladech a barvách stěn. U zařizovacích předmětů je tomu spíše naopak, v oblasti keramiky jsme v minulosti nabízeli čtyři barvy glazury. Zákazníci si nakonec vybrali v dřívější většině bílou. Takže JIKA keramiku vyrábíme dnes až na výjimky pouze v bílé glazuru. U nábytku je to něco jiného, zde máme nejen barvy, ale i dekory dřevin a zákazníci toto využívají, i když i zde hraje bílá prim. Přesto produkty s různými dekory vyvíjíme a je možno pořídit i takové výjimečné barvy, jako například krásná zelená u TIGO setu.

ptala se Eva Brixl



# Jak jde dohromady víno a Česká společnost pro jakost

Víno je nápoj, který si zaslouží náležitou úctu. Není jen o podnikání, hektolitrech, diskuzi na téma antioxidanty, ale také o pohodě v duši, čase pro přátele, stejně tak jako o manažerském řízení nebo kvalitě. Na sklonku prázdnin jsem právě o ní hovořila s ředitelem České společnosti pro jakost Ing. Petrem Kotenem. A protože se blíží čas vinobraní, tak probíhal rozhovor zatím u kávy...

## Česká společnost pro jakost a vinaři. Jde to nějak dohromady?

Docela dobře. Česká společnost pro jakost pomáhá tomu, aby firmy kvalitně vyráběly. A správní vinaři samozřejmě usilují o kvalitu svých vín. Konkrétně u vinařů provádíme certifikace systému bezpečnosti potravin podle standardu HACCP. V praxi to znamená, že ověříme, zda má vinař proces výroby vína pod kontrolou a nehrozí nějaká zdravotní rizika.



Ing. Petr Koteň

Samozřejmě neřešíme riziko, které souvisí s běžnou praxí – když to konzument s množstvím vína přežene!

### Je součástí auditu senzorická zkouška?

V rámci auditu naši auditoři senzorickou zkoušku nedělají. Skutečně jde o to zkontrolovat podmínky pro výrobu zdravý nezávadného vína. Jak má víno chutnat, to již necháváme na



Vinařská oblast Falcko

foto poskytl Tourist Service GmbH Deidesheim

sklepmistři a přírodě. A nakonec o tom, že je víno dobré, rozhoduje zákazník.

### Jaké další služby výrobcům lahodného mo-ku nabízíte?

Určitě připadá v úvahu vzdělávání v oblasti bezpečné výroby potravin, ať už úvodní kurz Základy HACCP a hygienické minimum, či pokročilejší Manažer bezpečnosti potravin. Dále nabízíme různé ISO certifikace, ale vždy záleží na potřebách vinaře a jeho odběratelů, co je potřeba mít zavedeno za systém řízení a co certifikovat.

### A naopak, jak mohou být prospěšní vinaři České společnosti pro jakost?

Samozřejmě vínem. Je zřejmé, že obliba, a tudíž spotřeba vína v České republice roste. Lidé rádi víno ochutnávají, hovoří o něm, dokonce sbírají kvalitní lahve vína do svých archivů. My jsme již dvakrát v rámci každoročního setkání manažerů a certifikovaných osob s názvem SYMA uskutečnili ochutnávku vín, která měla u účastníků pozitivní odezvu. V loňském roce jsme rovněž uspořádali setkání členů Centra excelence ve vinném sklípku, kde atmosféra místa a lahodnost nápoje přispěla k hladkému průběhu pracovního jednání.

### Nasbíral jste zkušenosti s ochutnávkami – poznáte, které víno si zaslouží pozornost gurmánů?

Netroufnil bych si gurmánům radit, čemu mají věnovat pozornost. Ať každý pije, co mu chutná. Je známou pravdou, že musí ladit víno

a konzumovaný pokrm. Já mám na sobě upozorováno, že víno musí navíc pasovat k místu i k ročnímu období. Například: To růžové, co mi moc chutnalo v létě v Itálii, mi u nás na podzim nechutnalo vůbec.

### Máte své oblíbené vinařské oblasti?

Osobně nedám dopustit na dobrá vína z jižní Moravy. Občas se mi podaří zajet do Francie do Alsaska, kde je možné kromě vína a vinic obdivovat malebná městečka. A tou největší srdcovou oblastí je německé Falcko, kam jsme, manželka a já, opakovaně vyrazili i s dětmi. Je to místo s nádhernými cyklostezkami, perfektními službami pro turisty a vynikající kuchyní. Doporučuji návštěvu na jaře či na podzim, kdy není tak horké počasí. A ani děti tam u vinařů nepříjdou zkrátka, neboť si mohou dát „Alkoholfreier Wein“.

### Nač byste si rád v listopadu, měsíci kvality, který se kvapem blíží, rád připil?

Samozřejmě si přeji, aby byli účastníci spokojeni s programem, vystupující se cítili dobře a organizátorům vyšlo vše podle plánu. Jsem přesvědčen, že jsme letos vytvořili zajímavý obsah, kde si každý najde své téma. Vyzdvihnul bych mezinárodní konferenci v Praze na Vinohradech, kde zazní série přednášek, které budou reflektovat nové normy ISO 9001 a ISO 14001, a také blok příspěvků zaměřený na kvalitu potravin. A určitě bude zajímavý i workshop na téma Emoce v pracovním životě. Zveme všechny zájemce a příznivce kvality a těšíme se na setkání na listopadových akcích!

ptala se Eva Brixi



# Business snídane a témata spojená s ochranou dat

Od června do srpna proběhlo v prostorách advokátní kanceláře CHSH Kališ&Partners v pražském Ungeltu celkem pět business snídaní určených pro setkání s klienty a specialisty v oboru nakládání s daty a jejich ochranou. V založené tradici neformálních setkání by uvedená právní kancelář ráda pokračovala i na podzim letošního roku.



Petr Kališ

Hlavním tématem pětice setkání byly problémy spojené s právní ochranou dat, především pak osobních údajů. Právě osobní údaje jsou totiž v současné době jednou z nejdiskutovnějších oblastí v souvislosti s chystanou změnou a zpřísněním právní úpravy jejich ochrany ze strany Evropské unie.

V červnu letošního roku totiž Rada EU schválila tzv. obecný přístup k návrhu nařízení o ochraně údajů, podle něhož mají být pod osobní údaje zahrnuty i cookies, neboli textové soubory, které server umísťuje do počítače uživatele webových stránek a které následně odesílají informace o jeho chování zpět na příslušný server. Změna právní regulace bude mít

vliv i na povinnosti provozovatelů webových stránek v České republice a přirozeně vyvolává řadu otázek.

„Chystané změny mohou skutečně ovlivnit například reklamní branži. Sběr dat bude nově nutné nahlásit Úřadu pro ochranu osobních údajů, zřejmě přibude kontrol, jakým způsobem se s osobními údaji nakládá a jestli nejsou nějakou formou zneužívány. Všechny změny spojené s nařízením vytvářejí další bariéry i pro potenciální nové hráče, kteří chystají vstup na online trh,” vypočítal Petr Kališ, Managing Partner advokátní kanceláře CHSH Kališ&Partners možné problémy, které se na uvedených setkáních diskutovaly.

Kromě ochrany osobních údajů byly dalšími probíranými oblastmi právní ochrana dat a její srovnání v rámci České republiky a EU, využívání dat ve vztahu k autorskému právu, ochrana dat související s obchodním tajemstvím, patenty a ochrannými známkami nebo ochrana dat uložených na cloudových úložištích. Svůj prostor dostala také otázka odpovědnosti provozovatelů webových stránek za diskuzní příspěvky a jiný cizí obsah, která se v nedávné době objevila v médiích v souvislosti s rozhodnutími Evropského soudu pro lidská práva.

„Formu business snídaní spojené s prezentací a diskuzí nad konkrétními tématy vnímáme jako ideální platformu, prostřednictvím které se můžeme setkat nejen se svými klienty, ale i s manažery významných českých firem a odborníky na danou problematiku. Mezi hosty nechyběli ředitelé, jednatele a společníci významných českých a mezinárodních společností na trhu IT, zástupci předních pojišťoven a finančních domů, konzultanti, analytici nebo firemní právníci a ředitelé právních a compliance oddělení velkých společností,” popsal Petr Kališ. CHSH Kališ & Partners působí především na trhu střední a východní Evropy. Dynamicky se rozvíjející advokátní kancelář poskytuje komplexní právní služby se zaměřením na podnikatelskou klientelu, zejména v oblasti M&A, korporátního práva, bankovníctví, finančního práva a práva informačních technologií. (tz)

## Uživatelé Valutomatu směnili už přes 650 milionů, chystá se rozšíření služeb

Online směnárna Valutomat, která působí na českém trhu od ledna 2015, pokračuje ve své úspěšné cestě. Její uživatelé mezi sebou za necelých osm měsíců směnili valuty už za 650 milionů korun. Počet aktivních uživatelů překročil hranici 3000.

Valutomat začal nabízet služby v lednu 2015. Od té doby prokazuje, že si v České republice nachází pevné místo. Po necelých osmi měsících fungování využívá Valutomat už přes 3000 pravidelně směřujících uživatelů. Směnili přes něj valuty dohromady za více než 650 milionů korun. Po celou dobu tohoto zavaděcího období jsou služby Valutomatu pro české uživatele osvobozeny od poplatků za směny. Úspěch společnosti komentuje marketingový ředitel Valutomatu v ČR Edgar Fusko:

„Jsme velice rádi, že na relativně konzervativním českém trhu si k nám našli cestu lidé i firmy tak rychle. Ukázalo se, že nejlépe za sebe hovoří Valutomat prostřednictvím přímých zkušeností našich uživatelů. Rychlost převodů a dlouhodobě výhodnější kurzy než ve směnárnách nebo bankách k nám přivádějí stále více subjektů, které Valutomat využívají pravidelně. Podpora zahraniční centrály nám zatím umožňuje poskytovat služby v České republice zcela bez poplatků za směnu. To bohužel nebude možné stále. Právě zkušenosti z českého trhu nám však pomohly při přípravě významného rozšíření služeb, které budeme našim uživatelům brzy moci představit.“ Projekt online směnárny pod názvem Valutomat.pl vznikl před pěti lety v Polsku a dnes je na tamním trhu největším hráčem. Provozuje ho společnost Currency One.

Česká republika se stává druhým trhem, kde je možné tuto službu využívat. Valutomat však míří i do dalších zemí Evropy. Za dobu svého působení na polském trhu se o výhodách služby přesvědčilo více než 160 000 registrovaných uživatelů, kteří provedli přes pět milionů transakcí v celkovém objemu přes pět miliard eur, na nichž ušetřili zhruba 175 milionů eur. (tz)



# V hotelu lvi, modely aut i nové technologie



Miroslav Bukva

**Clarion Congress Hotel Prague v pražských Vysočanech už na své půdě vítal nejednu celebritu, nejednoho proslulého sportovce, businessmana, manažerku. Zkrátka je to hotel atraktivních setkání, významných osobností, obdivuhodných příběhů a nevšedních projektů. Patří do skupiny CPI Hotels, a.s., a již řadu let mu šéfuje Miroslav Bukva. Muž, který mu dal kus svého srdce a všechn svůj organizačtorský talent, nadšení pro obor, jenž reprezentuje:**

**Nač může být dnes váš hotel pyšný? Na vynikající kuchyni nebo na to, že se zde odehrávají významné konference či ubytovávají celebrity jako například hráči Mistrovství světa v hokeji 2015?**

Rčení „Jaký ředitel, takový hotel“ bych si dovolil poupravit na výstižnější „Jaký personál, takový hotel“. Neboli hotel je takový, jakými lidmi se ředitel hotelu obklopí. Jsem opravdu pyšný na svůj tým, se kterým spolupracuji již sedmým rokem. Je to parta profesionálů nadšených pro svoji práci.

A i když někdy život přinese nějaké to pochybení, vždy se snaží chybu rychle napravit. Poďkování z řad významných hostů je pak jen potvrzením, že svoji práci děláme rádi.

**Kongresová turistika je tím, co vás živí. Přirostla vám k srdci? Co všechno je na ní atraktivní?**

Slovo turistika ve spojení s kongresy určitě není na místě, protože účast na mnoha kongresech bývá velmi náročná. Není to jen o sezení a poslouchání nudných přednášek. Organizátoři se snaží zapojit všechny účastníky do diskuzí a akce zpestřují mnoha zajímavostmi.

Pro hotel to často bývá velkou výzvou, ale právě ta rozmanitost akcí je krásná. V našem kongresovém sále jsme již měli lvy, koně, kočky i psy, ale také zde bývají prezentovány nejnovější modely aut či zbrusu nové technologie. Namátkou mne napadají počítače ovládané pouhým pohledem očí, 3D projekce atd.

**Jednou za rok se zde odehraje konference pro ženy manažerky a podnikatelky – čím se od jiných liší? Má svoji atmosféru?**

Bezpochyby, ta atmosféra je vždy úžasná. Málodky máme příležitost spatřit hlavní kongresový sál plný úspěšných, sebevědomých, a především zapálených žen, které diskutují mnohdy velmi závažná témata. Samozřejmě vnímám nadšení účastnic, díky kterému se tato akce liší od běžných konferencí. Určitě jde o mimořádně zajímavou záležitost a jsem rád, že se u nás koná opakovaně. Snad i proto, že vedení našeho hotelu je genderově velmi vyvážené. Hlavně mne těší, že to ale není na základě přidělených kvót, ale jen a pouze schopnostmi žen, které na vedoucích pozicích zaměstnáváme.



### Jaká je vaše firemní klientela? Převažují muži, nebo je skóre s ženami vyrovnané?

Podle toho, koho považujete za klientelu. Mezi obchodními cestujícími a manažery asi stále převažují muži, i když hostů něžného pohlaví rychle přibývá. Naprostá většina těch, kdo rezervace pro své obchodní partnery či šéfy zajišťují, jsou ženy. Správná komunikace je tedy velmi důležitá.

### Kdy je váš host spokojený nad očekávání? Plníte i nadstandardní přání? A dostáváte děkované dopisy?

Dopisy a komentářů dostáváme obrovské množství a díky sociálním sítím jich rapidně přibývá. Používáme sofistikovaný systém k nepřetržitému monitoringu názorů našich hostů na většině sociálních sítí. Přichází nám mnoho poděkování a dotazů, občas stížnost nebo náměty a inspirace, od běžných banalit až po opravdové kuriozity, například požadavky na speciální úpravu pokoje či pobyt s exotickými zvířaty. Náš hotel je opravdu velký, každoročně obslužíme téměř půl milionu lidí. Každý jednotlivý host je ale pro

**Hosté si začínají uvědomovat, že úspora několika eur nestojí za zkaženou dovolenou. Kvalitní služba má svoji odpovídající cenu. Dobrý hotel musíte provozovat se správnými lidmi a s nadšením.**

nás důležitý. Snažíme se odpovídat všem, komunikace s hosty má pro nás mimořádný význam. Těší nás, když vidíme, jak klienta příjemně překvapila naše reakce na jeho požadavky. Ať už v případě spokojenosti, nebo naopak nějakého nespelněného očekávání. Vždy nám to umožní další zlepšení kvality našich služeb.

### Kvalitní stravování mírně podřízené trendům zdravé výživy je žhavé téma. Jak se promítá do vašeho jídelního lístku?

Nemohu nezmínit jméno našeho šéfkuchaře Miroslava Soukupa. Díky němu se o gastronomii v našem hotelu hovoří jen v superlativech. Je to ale mimořádně náročné. Stravování velkého počtu účastníků mezinárodních kongresových akcí má mnoho specifík. V první řadě zmíním alergie. Přibývá hostů s různými alergiemi. Mezi stravníky je mnoho vegetariánů a také musíme respektovat požadavky hostů národnostního a náboženského charakteru. Díky tomu je ale naše nabídka velmi pestrá a často ve speciálních úpravách – nízkotučné, bezlepkové atd. Parametry zdravé výživy nám tak vlastně vycházejí sa-

my. Hodně zeleniny, kvalitní masa – jehněčí, ryby, hovězí. To vše vyhovuje našim hostům a také je typické pro zdravou výživu.

### A specialita, již byste zájemcům doporučil?

Osobně miluji a každému doporučuji metodu sous vide – přípravu masa ve vakuu. Delší čas přípravy při nižších teplotách je pro maso šetrný postup, maso se nevysuší a zachová si výbornou chuť. V hotelu touto metodou připravujeme řadu pokrmů, vlastně všechny druhy mas. Každý si může vybrat a pochutnat si.

### Kdy v hotelu přestáváte být ředitelem a stává se z vás inkognito návštěvník? Jde to vůbec?

Mne v hotelu každý zná. Pro „inkognito“ návštěvy používáme odborné firmy, které nám provádějí namátkové Mystery Guest návštěvy. Následně o kontrole dostávám precizně zpracované zprávy. Je to doplněk ke zmíněnému detailnímu monitoringu názoru hostů a pomáhá nám ve zkvalitňování služeb. Samozřejmě osobně také využívám služby hotelu, abych věděl, co hostům nabízíme. Obdobně pracovníci rezervací, recepce a obchodního oddělení. Také při nástupu do zaměstnaneckého poměru procházejí řadoví hoteloví zaměstnanci „hotelovým kolečkem“, kdy mají možnost seznámit se s hotelovými službami.







### Kolik času v práci zůstáváte? Jsou to i víkendy?

Práce v hotelu je krásná, má jedinou nevýhodu. Hotel nelze zavřít, a o svátcích, jako jsou Velikonoce nebo Nový rok, máme nejvíce práce. Tomu musím podřídit svoji pracovní dobu. Práci ředitele velkého hotelu bych asi rozdělil na čtyři hlavní části. Sám je nazývám Péčí o personál, Péčí o hosty, Péčí o nadřazené a Big Brother. Hned to vysvětlím. Personální záležitosti patří k těm zásadním, na dobrém personálu stojí úspěch hotelu. Druhou oblastí je komunikace s hosty, bez spokojených hostů nelze hotel provozovat. Třetí oblastí je administrativní a vytváření rozličných reportů pro vedení společnosti. A tou poslední činností je moje přítomnost v hotelu, jak já říkám, i když tam nejsem. Přesně podle rčení „Důvěřuj, ale prověřuj“. Kolegové pracují skvěle i po dobu mé nepřítomnosti, ale přesto je dobré občas přijet zkontrolovat, zda je vše tak, jak má být.

### Rentabilita podnikání, efektivita řízení, inovace – platí to pro hotel stejně jako pro strojírenský podnik?

Vše je naprosto stejné. Již jsem zmínil vytváření mnoha reportů. Hotelové podnikání není jednoduché a musíme se hodně snažit. Detail-

ně sledujeme vývoj ekonomiky hotelu a na každou změnu musíme ihned reagovat. Z krátkodobých změn jmenuji třeba mlhu na letišti. Kvůli tomu nepřiletí skupina hostů, anebo naopak hosté neodletí. Vždy musíme okamžitě situaci řešit. Flexibilita personálu i řízení je jednou z nejnutenějších vlastností. Cílem dlouhodobých opatření je pak zajištění

správného vývoje všech nákladů. Inovace jsou také důležité. Nové technologie nám pomáhají šetřit energii i čas anebo prostě díky nim poskytujeme lepší servis. Také hosté mají rádi, když v hotelu při opakovaném pobytu objevují nové věci.

### Když navštívíte hotel v zahraničí, co vás zajímá jako první? A v případě konkurence v Čechách?

Je to úplně jedno, zda v Čechách, či v zahraničí, hotelové služby využívám relativně často. Vnímám už určitou „nemoc z povolání“, protože ihned sleduji, jak pracují recepční, jaké služby nabízejí, jaké jsou pokoje atd. Samozřejmě se vždy rád inspiroji dobrými nápady. Tuto chorobu ale bohužel pojišťovny neproplácejí. Proto si raději užívám dovolené, na které žádný hotel nepotkám. Letos jsem strávil nádherný týden v pronajaté lesní chatce a nemělo to chybu!

### Zakládáte si na referencích?

Reference jsou základem úspěchu. Začíná to referencemi u nových zaměstnanců. Bez dobrých referencí to prostě nejde. A u hotelu je to stejné. Díky sociálním sítím mají hosté možnost stále více sledovat zkušenosti sdílené ostatními hosty. Také já si vždy zkontroluji hotel, do kterého jedu. Za dobrou referenci považuji reakci managementu. To v případě, kdy host zveřejní nějaký nedostatek a vedení hotelu ihned reaguje. Hostovi odpoví a učiní opatření k odstranění problému.

### Jak se dá v současnosti charakterizovat dobrý hotelový business?

Hotelové podnikání vůbec není snadné. Hotelů stále přibývá a zisky jsou velmi nízké. Ekonomická krize let 2009–2011 přinesla do hotelnictví fenomén snižování cen, ale bohužel i snižování kvality služeb. Věřím, že tato doba již pominula. Hosté si začínají uvědomovat, že úspora několika eur nestojí za zkaženou dovolenou. Kvalitní služba má svoji odpovídající cenu. Dobrý hotel musíte provozovat se správnými lidmi a s nadšením. Nemůžete zavřít kancelář, když vám padla, ale musíte si najít čas na své hosty. Jen tak získáte ty dobré reference, které jsou cestou k další klientele.

otázky připravila Eva Brixí



# Co škodí finančním funkcím businessu



kresba Freeimages

**Téměř každý druhý finanční odborník říká, že roční rozpočty jsou „politicky domluvená čísla“, která poté, co jsou nastavena, ztrácejí relevanci. Z posledního průzkumu Asociace certifikovaných účetních (ACCA) a poradenské firmy KPMG vyplývá, že běžné procesy jako obchodní plánování, příprava rozpočtů a prognostika nejsou s to naplnit strategické a operační potřeby i přes fakt, že byly navrženy za účelem je podpořit.**

Ve zprávě Plánování, příprava rozpočtů a prognózy najdeme výsledky průzkumu efektivity postupů při plánování, rozpočtování a prognózách, který se uskutečnil na vzorku 900 finančních profesionálů z celého světa. Ukazují, že současné postupy jsou považovány za zastaralé a nejsou v souladu s firemními potřebami strategických a operačních procesů.

Dvě třetiny respondentů tvrdí, že je zapotřebí urgentních změn, aby se z finančního plánování stala společná záležitost finančního a operačního týmu. Na 65 % dotázaných uvedlo, že jejich finanční týmy tráví většinu času plánováním a prognostikou, zatímco pouze 7 % se vyjádřilo v podobném smyslu o operačních týmech.

Jamie Lynon, vedoucí korporátního sektoru ACCA, řekl: „Východiskem pro ukázkový proces plánování, rozpočtování a prognóz je správná podnikatelská kultura. Postoj vedení a viditelná podpora jsou velmi důležité při integraci a efektivním zavedení těchto procesů ve firmách. Mezi finančním oddělením a zbytkem firmy se musí navázat skutečné partnerství, aby se zajistila jejich vzájemná strategická spolupráce.“

V průzkumu se také zjistilo, že respondenti jsou velmi cyničtí, pokud jde o relevanci a spolehlivost postupů při přípravě rozpočtů. Téměř každý druhý (46 %) uvedl, že jde o politicky odsouhlasené číslo pocházející od nejvyššího vedení, které nemá vztah k pracovní realitě. Zhruba 62 % dotázaných se shodlo na tom, že rozpočty odrážejí určitou relevanci z minulosti, která však v dalším průběhu finančního roku slábne. „Firmy a organizace riskují svou důvěryhodnost, když používají zastaralé postupy a systémy, jež jim znemožňují informovaně se rozhodovat. Představenstvo nechce statický soubor zastaralých čísel, ale moderní početní metody, které jim pomohou sledovat vývoj vzhledem k strategickým cílům a dle situace přeorientovat zdroje a pracovní plá-

ny,“ uvedl za společnost KPMG John O'Mahony. Ačkoli jsou si všichni vědomi toho, že historický rozpočtový proces již nefunguje, k implementaci nových procesů, podporovaných systémy pracujícími v reálném čase, přesto nedochází. Více než jedna třetina dotazovaných uvedla, že stále ještě nepoužívají klouzavé plány a rozpočty (rolling forecasts), které přesněji odrážejí měnící se podmínky trhu, a zůstávají tak relevantní po delší dobu.

Průzkum KPMG a ACCA také ukázal, že firmy mají potíže s efektivním využíváním dat. Kolem 31 % procent finančních profesionálů uvedlo, že nedostatečná kvalita dat je největší překážkou při jejich využití v plánovacích procesech.

17 % respondentů sdělilo, že management ignoruje dostupná data a nadále se rozhoduje spíše zažitým způsobem. „Tyto dvě věci jsou vnitřně propojené. Vedoucí pracovníci přestali důvěřovat datům, protože byla nepřesná, a rozhodovali se tak spíše na základě instinktu než na základě porozumění věci,“ doplnil John O'Mahony.

Důsledky této nedůvěry se odrážejí v absenci odpovídající investice do finančních technologií. Přibližně 41 % respondentů uvedlo, že neinvestovali do žádného nástroje k plánování, vyjma Excelu. Na 29 % z těch, kteří investovali, uvedlo, že to nepřineslo očekávané výsledky, ba naopak, že taková investice práci zkomplikovala.

„Při podnikání je nezbytné investovat do správných nástrojů a vhodných metod. To umožní finančním funkcím oprostit se od statického výkaznictví a rozpoznat nové trendy, což má pro představenstvo mnohem větší cenu. Tento hlubší vhléd pomůže lépe odhadnout vyhlídky a rizika, firmy se tak mohou lépe připravit na budoucnost a informovaněji se rozhodovat,“ uzavřel John O'Mahony. (tz)

INZERCE



Univerzita  
Jana Amose Komenského  
Praha



Studujte pro svoji  
budoucnost

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



# Vyrábíme „opravdové jídlo“

Najít atraktivní podnikatelský koncept je i není těžké. Vítězí často takový, o němž byste si na první pohled řekli, že je absurdní nebo až příliš jednoduchý. Třeba výroba českých knedlíků. Na tom přece nic není... Jenže, jak se ukázalo, je. Tak, jak tento směr gastronomie pojal Vladimír Zikmunda, jednatel firmy Knedlíky Láznicka s.r.o., a jak to všechno vymyslel se značkou Knedlíky Láznicka, jsme již jednou psali. Dnes si můžete přečíst pokračování šikovného příběhu. Vladimír Zikmunda je vám k dispozici:

**Knedlíky Láznicka je značka, v gastronomii je to pojem. Co je kromě usilovné práce a jasné strategie základem?**

Vlastně je to velice jednoduché – kvalitní suroviny, ruční zpracování, vyladěné receptury vycházející z tradičních postupů české kuchyně. A samozřejmě také to, že vyrábíme „opravdové jídlo“ bez konzervantů a potravinářských barviv.

**Kolik druhů knedlíků už vaše nabídka představuje? Rozšiřujete ji stále? A jde to vůbec?**

Náš základní sortiment představuje 11 druhů knedlíků: houskový knedlík, karlovarský knedlík, špekový knedlík, bramborový knedlík, bramborový knedlík plněný uzenou vepřovou kýtou, a šest druhů kynutých ovocných knedlíků plněných kusovým ovocem – borůvkový, malinový, meruňkový, jahodový, hruškový a švestkový. Pro vybrané příležitosti a pro catering dále nabízíme více než 50 druhů specialit. Mnoho lidí si neuvědomuje, jaké bohatství druhů a chutí je v knedličích skryto. Na naší stránce na Facebooku představujeme každý týden jednu „knedlíkovou specialitu“. Jde převáž-

ně o knedlíky tradiční české kuchyně. Kolem naší stránky se postupně vytvořila komunita lidí, kteří mají knedlíky a tradiční českou kuchyni rádi (po deseti měsících aktivního provozu stránky máme více než 10 000 velmi aktivních fanoušků).

**Víte, jaký knedlík byste rádi na jídelní lístek Čechům ještě zařadili? Nějaký moderní, poplatný nejzdravějšímu životnímu stylu? Třeba nějaký speciální mrkvový, celerový, knedlík hokaido, zázvorový, pepřový...**

Mnoho lidí má představu, že knedlík je cosi nezdravého a nemoderního. Chtěli bychom ukázat, že pro knedlíky vyrobené z kvalitních surovin a s láskou to neplatí. Cestou k tomu je podle mého názoru právě nabídka speciálních knedlíků. Některé restaurace již začínají chápat, že je to dobrá možnost, jak zákazníka zaujmout. Naše určité speciality se postupně stávají součástí běžné nabídky (to platí například pro bylinkový knedlík houskový), a další mohou sloužit a slouží jako inspirace. Velkou odezvu měl například Svatební knedlík Láznicka, bramborový knedlík špenátový, mrkvový a houbový.



Mnoho lidí si neuvědomuje, jaké bohatství druhů a chutí je v knedlicích skryto. Na naší stránce na Facebooku představujeme každý týden jednu „knedličkovou specialitu“. Jde převážně o knedlíky tradiční české kuchyně. Kolem naší stránky se postupně vytvořila komunita lidí, kteří mají knedlíky a tradiční českou kuchyni rádi (po 10 měsících aktivního provozu stránky máme více než 10 000 velmi aktivních fanoušků).

**Když bych ráda okusila každý z vašich výrobků, kde si je mohu koupit či objednat? Pouze v restauracích v Praze?**

Většina našich knedlíků směřuje do restaurací. Pokud si chcete koupit knedlíky domů, je nejjednodušší si je objednat v e-shopu Svět bedýnek ([www.svetbedynek.cz](http://www.svetbedynek.cz)), který pokrývá většinu České republiky. V Praze je možné naše knedlíky koupit v některých prodejnách farmářského sortimentu a vybrané druhy také na e-shopu Rohlík.cz.

**Loni jste dostali ocenění v soutěži Česká chuťovka. Půjdete své štěstí v říjnu zkoušet znovu?**

V loňském roce jsme se soutěže Česká chuťovka zúčastnili poprvé. Přihlásili jsme čtyři druhy knedlíků a získali jsme pět ocenění. To považujeme za obrovský úspěch a za potvrzení toho, že jdeme správnou cestou. V letošním roce jsme se rozhodli zkoušet štěstí se třemi druhy knedlíků. Do soutěže Česká chuťovka jsme přihlásili Svatební knedlík Lázníčka a bylinkový knedlík houskový, do soutěže Dětská chuťovka jsme přihlásili ovocný knedlík malinový.

**Ostatně – v čem vidíte smysl takových klání? Posiluje sebevědomí českých výrobců? A tříbí chuť zákazníků?**

Myslím, že sebevědomí výrobců není to hlavní. Důležité je hlavně to, že soutěže a testy pomáhají (potenciálním) zákazníkům v orientaci na trhu. V záplavě často velmi nekvalitních potravin je pro běžného spotřebitele velmi obtížné najít ty kvalitní a chutné.

**Máte recept na to, jak si na knedlicích pochutnávat a netloustnout? Vy sám své výrobky konzumujete v dostatečné míře, jak jsem si několikrát všimla, a nikdy jste s nadváhou bojovat nemusel...**

Pro aktivního člověka nepředstavuje tradiční česká kuchyně žádné nebezpečí. Všechno je samozřejmě otázka míry. Velikost porce je prostě nutně přízviskem výdeji energie...

otázky připravila Eva Brixí ■■■



### Svatební knedlík Lázníčka

Nejluxusnější varianta houskového knedlíku pro slavnostní hostiny. Složení a postup přípravy vychází z tradic staročeské kuchyně 19. století. Základem jsou velmi kvalitní suroviny: čerstvě umletá mouka, pečivo speciálně upečené do knedlíků a pro dosažení plnější chuti osmažené na másle, vajíčka, droždí, mandle. Mandle se přitom uplatní dvojnásobně – uvnitř knedlíku použijeme mandle nadrobno nakrájené, celý knedlík je pak obalený v mandlích nakrájených na lupínky. Doporučujeme servírovat jako přílohu ke svíčkové z ročního býčka vyrostlého na pastvině. Výborně se také hodí k nadívané pečení.



### Houskový knedlík bylinkový

Obsahuje směs nadrobno nasekaných čerstvých bylinek – bazalky, kudrny a listové petrželky. Tento knedlík je vynikající k omáčkám na zeleninové bázi. Doporučujeme podávat s koprovou omáčkou a natvrdo uvařenými vejci (viz ilustrační foto), svíčkovou, rajskou, křenovou omáčkou...

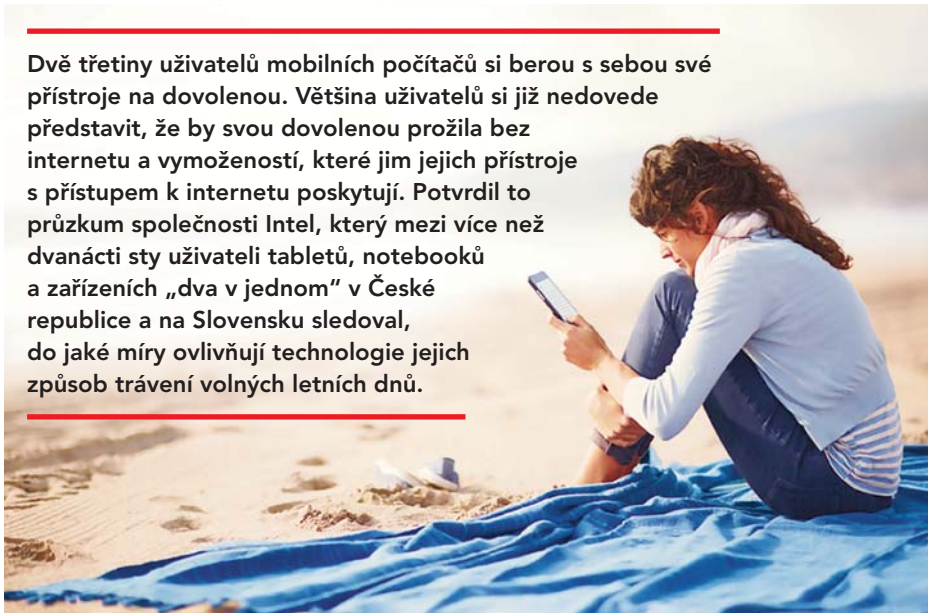


### Ovocný knedlík malinový

Ovocné knedlíky jsou oblíbeným pokrmem pro malé i dospělé strávníky. Stále častěji také nahrazují sladký dezert. Kynuté ovocné knedlíky Lázníčka malinové plníme výhradně kusovým ovocem – celými malinami. Každá kulička je výsledkem práce lidských rukou. Naše ovocné knedlíky neobsahují cukr, a jsou proto vhodné i pro diabetiky. Jde o hotové jídlo s velmi krátkou dobou přípravy – stačí ohřát na páru cca 7 minut. Doporučujeme konzumovat s tvarohem a polité máslem. Podle chuti je možné posypat cukrem.

# Dvě třetiny Čechů si berou na dovolenou počítač

Dvě třetiny uživatelů mobilních počítačů si berou s sebou své přístroje na dovolenou. Většina uživatelů si již nedovede představit, že by svou dovolenou prožila bez internetu a vymožeností, které jim jejich přístroje s přístupem k internetu poskytují. Potvrdil to průzkum společnosti Intel, který mezi více než dvanácti sty uživateli tabletů, notebooků a zařízení „dva v jednom“ v České republice a na Slovensku sledoval, do jaké míry ovlivňují technologie jejich způsob trávení volných letních dnů.



„Z průzkumu vyplývá, že dny, kdy se lidé na dovolené zcela odstříhli od každodenní rutiny, jsou definitivně pryč. Stále více z nich touží sdílet své zážitky a zkušenosti v reálném čase a využívat technologie pro svoji zábavu a komunikaci. S mobilním počítačovým zařízením jsou schopni prožít svou dovolenou aktivněji a informovaněji. Samotné chytré mobilní telefony již řadě lidí na dovolené nestačí,“ interpretoval výsledky průzkumu Martin Vařbucha, manažer pro maloobchodní prodej společnosti Intel.

## Více než polovina pracuje i na pláži

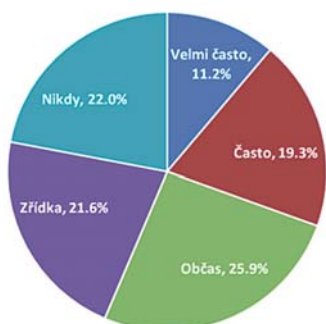
Z hlediska reálné mobility nejlépe vycházejí tablety, které si s sebou na cesty berou čtyři z pěti jejich majitelů (80 %). Obdobně je to u zařízení „dva v jednom“, s sebou je vozí 69 % jejich majitelů. Jako nejméně mobilní z průzkumu společnosti Intel vycházejí notebooky,

kteří cestují přibližně s každým druhým majitelem (53 %).

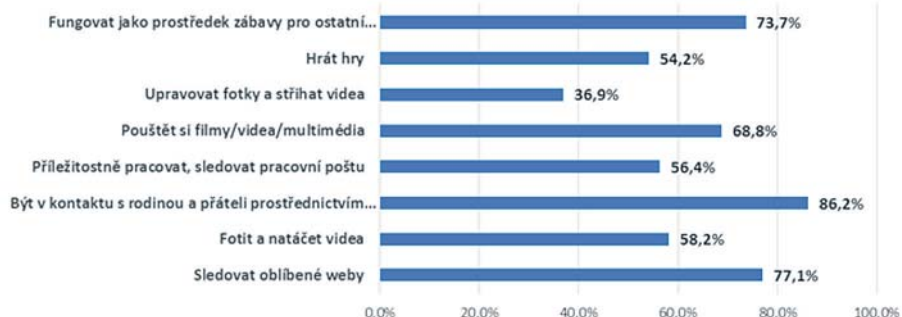
Do mužské preference zařízení vyznačujících se solidním výkonem, jako jsou zařízení „dva v jednom“ a notebooky, se promítá, že muži i na dovolené zůstávají v intenzivnějším kontaktu se svou prací. I ve dnech zasloužilého oddychu u vody či na horách pracuje 62 % mužů, z toho polovina (31 %) uvedla, že velmi často či často. Podíl alespoň občas pracujících žen je nižší, ale i tak nadpoloviční (51,4 %). Psychologové ale varují, že počítač by měl na dovolené sloužit jen k poučení či zábavě, nikoli k práci: „Aby si člověk odpočinul a vyčistil hlavu, musí odpočívat nerušeně alespoň dva týdny. I pouhé kontrolování mailů neumožní řádně zrelaxovat, pracovní programy a aplikace je proto lepší na dovolené vůbec neotevírat,“ řekla psycholožka Markéta Hlaváčová. Pro ženy jsou nejdůležitější charakteristiky mo-

bilních zařízení jejich váha a pohodlné ovládní, například proto, aby mohly být po sociálních sítích v kontaktu se svou rodinou a přáteli či fotit a natáčet videa, což jsou dvě dovolenkové činnosti, které oslověné generace digitalizovaných žen preferují významněji než muži. Právě udržování kontaktu s rodinou a přáteli doma přes e-mail či sociální síť je vůbec nejčastější činností/rolí, pro kterou se hodí mít počítač na dovolené s sebou, týká se 86 % dotázaných, následuje sledování oblíbených webů (77 %), zprostředkování zábavy pro členy rodiny či přátele na cestě (73 %) a sledování filmů a multimédií (69 %). Nadpoloviční počet cestovatelů s počítačem fotí a natáčí videa (58 %) a hraje na něm hry (54%), 37 % je využívá pro úpravu fotek a střihání videí. Rozhodnutí, jestli na dovolenou vyrazíme s mobilním počítačovým zařízením, nebo bez něj, představuje i určitý nápor na naše emoce. S mobilním počítačem v zavazadle či rukách se bezmála čtvrtina českých rekreatantů cítí bezpečnější (23,5 %), a necelá třetina dokonce šťastnější (30,3 %), než když ho nechá doma. Nejvíce emocí počítač vzbuzuje u cestovatelů ve věku 18 až 29 let (31 % pociťuje bezpečí, 36,5 % štěstí), současně se tato skupina nejvíce bojí, že jim počítač někdo ukradne nebo ho někde zapomenou (41 %). „Pokud už vyrazíme na dovolenou bez počítačového zařízení, polovina lidí (49,9 %) se po něm stýská. Největší stesk podle výsledků průzkumu možná poněkud překvapivě pociťují respondenti z nejstarší věkové skupiny padesátníků (55,1 %),“ doplnil Martin Vařbucha informaci o tom, že emoce spojené s používáním mobilních počítačů na dovolené jsou zřejmě rozprostřené mezi odlišné věkové skupiny a téměř nikoho nenechávají chladným. „Pouze zhruba třetina lidí (35,5 %) v dotazování uvedla, že přítomnost či nepřítomnost počítače na dovolené se u ní nepojí s žádnou emocí,“ dodal Martin Vařbucha. (tz)

## Občas pracuje nebo sleduje pracovní poštu více než polovina Čechů



## Češi využívají počítač na dovolené nejčastěji ke spojení s rodinou a sledování webů





# Jak daníme, když pracujeme na více frontách

**Někteří zaměstnanci si během roku přivydělávají a mají souběžně dva zaměstnanecké příjmy, zejména potom během letních prázdnin. Pokud je však jejich příjem v jednom měsíci roku 2015 zdaněn zálohovou daní od dvou a více zaměstnavatelů, pak je třeba podat si daňové přiznání.**

Během roku je zaměstnanec z hrubé mzdy srážena jeho zaměstnavatelem záloha na dani z příjmu fyzických osob. Daňová povinnost za celý rok se následně vyřídí formou ročního zúčtování daně, které provede zaměstnavatel. Zaměstnanec však musí o roční zúčtování daně svého zaměstnavatele požádat a současně musí mít podepsáno prohlášení k dani. Na základě ročního zúčtování daně nemůže vzniknout daňový nedoplatek, proto je vhodné o ně zaměstnavatele požádat. „Během roku nelze při výpočtu čisté mzdy uplatnit například slevu na manželku, odpočet úroků z úvěru na bydlení, odpočet životního pojištění nebo odpočet penzijního připojištění. Při jejich uplatnění v ročním zúčtování daně vznikne nárok na daňový přeplatek,“ vysvětlila Gabriela Ivanco ze společnosti Mazars.

## Dva pracovní poměry

Zaměstnanci mohou mít během roku souběžně dva pracovní poměry. Je-li však z obou pracovních poměrů srážena zálohová daň z příjmu, pak nelze roční daňovou povinnost vyřídít formou ročního zúčtování daně. Je tedy nutné podat daňové přiznání. Při výpočtu čisté měsíční mzdy lze uplatnit kupříkladu poměrnou daňovou slevu na poplatníka ve výši 2070 Kč, poměrnou slevu na studenta ve výši 335 Kč nebo měsíční daňové zvýhodnění na děti. Na první dítě je daňové zvýhodnění 1117 Kč, na druhé 1317 Kč a na třetí a každé další dítě 1417 Kč. Aby mohl zaměstnanec tyto daňové slevy uplatnit, musí u zaměstnavatele podepsat prohlášení k dani. To může mít

v každém měsíci podepsáno pouze u jednoho zaměstnavatele.

## Přivýdělek na dohodu o provedení práce

Zaměstnanci pracující na hlavní pracovní poměr, kteří si přivydělávají na dohodu o provedení práce s měsíční odměnou do 10 000 Kč, mohou svého hlavního zaměstnavatele, u kterého mají podepsáno prohlášení k dani, požádat o provedení ročního zúčtování daně. „U měsíční odměny 10 000 Kč a méně je při nepodepsaném prohlášení k dani srážena 15% srážková daň, a nikoliv záloha na dani,“ doplnila Gabriela Ivanco ze společnosti Mazars. Pokud však odměna za práci na DPP přesáhne hranici 10 000 Kč za měsíc, je opět

nekrát dle počtu měsíců. O provedení ročního zúčtování daně je nutné požádat posledního zaměstnavatele do 15. února 2016. Při práci během roku pro více zaměstnavatelů, pokud se práce nepřekrývala, je možné o roční zúčtování požádat pouze posledního zaměstnavatele. Tomu je přitom potřeba doručit potvrzení o zdanitelných příjmech od všech předchozích zaměstnavatelů a současně je nutné u všech zaměstnavatelů během roku včas podepsat prohlášení k dani. „Požádat posledního zaměstnavatele o roční zúčtování za rok 2015 mohou i studenti pracující během prázdnin pouze pro jednoho zaměstnavatele. Pokud podepsali prohlášení k dani, vznikne jim nárok na daňový přeplatek,“ dodala Gabriela Ivanco ze společnosti Mazars. Aby mohl

vzniknout daňový přeplatek, musí být v některém měsíci zaplacená záloha na dani, při nulové daňové povinnosti z důvodu nízkého příjmu nárok na daňový přeplatek nevzniká.

## Proč požádat zaměstnavatele o roční zúčtování

Splňuje-li zaměstnanec zákonné podmínky pro provedení ročního zúčtování daně zaměstnavatelem, může se rozhodnout, zdali o něj zaměstnavatele požádá, nebo si raději sám podá daňové přiznání. Obě varianty mají své výhody a nevýhody. Výhodou při zpracování ročního zúčtování daně je

skutečnost, že nemůže vzniknout daňový nedoplatek a že daň vypočítá a veškerou administrativu obstará zaměstnavatel. U obou variant je možné napravit některá opomenutí znamenající vyšší zaplacenou daň během roku (kupříkladu opožděné doručení rodného listu při narození dítěte mzdové účetní). Nevýhodou ročního zúčtování daně pro zaměstnance je skutečnost, že na všechno má méně času. Veškeré podklady pro uplatnění daňových slev a daňových odpočtů je nutné mzdové účetní doručit do 15. února. Zaměstnanci mající souběžně dva příjmy, ze kterých byla odvedena zálohová daň, nebo například z příjmy z pronájmu či samostatné výdělečné činnosti, však na výběr nemají a musejí podat daňové přiznání sami, a to do 1. dubna. (tz)



foto Shutterstock

nutné odvádět zálohu na dani z příjmu a zaměstnanec si musí podat daňové přiznání k dani z příjmu.

## Práce pouze po část roku

Někteří zaměstnanci pracují pouze po část roku, především v letních měsících. Jestliže mají u zaměstnavatele podepsáno prohlášení k dani neboli „růžový formulář“, tak při výpočtu čisté mzdy uplatní poměrné daňové slevy za příslušné měsíce. Při ukončení pracovního poměru například na podzim je však vhodné požádat posledního zaměstnavatele o roční zúčtování. Z důvodu uplatnění základní slevy na poplatníka za celý rok v souhrnné výši 24 840 Kč vznikne nárok na daňový přeplatek. Základní sleva na poplatníka se totiž poměrně



## Prohry jako začátky výher

Nic není hroznějšího než překvapení, která vám berou dech. Když jste plánovali investici a ono z ní sešlo, projekt příslušný úřad neschválil. Když jste se domluvili s kamarádem, že založíte novou firmu, a on podlehl zranění.

Když vám banka přislíbila úvěr a najednou nic, nastala komplikace. Když jste se rozhodli oženit nebo se vdát a partner si to rozmyslel. Když jste něco slíbili, a ono to neplatí, ačkoli jste to nezavinili. Co v takových chvílích? Nic? Podniknout něco? Držet se při zemi a zkusit vzít rozum do hrsti? Těžko radit. Jedno však platí: neztrácejte naději, že to dobře dopadne. Každá ztráta je novým náležením, každá krize začátkem nového řešení. To si říkám už po několikáté. Vždycky, když mi osud přišije další prohru. Jenže – kde bychom byli, pokud bychom neuměli prohrávat? Neuměli bychom se radovat z výher. A to přece nechceme.

Eva Brixí, šéfredaktorka

### čtete s námi

## Konica Minolta usnadňuje spojení tiskových zařízení s mobilními přístroji

**Čtyři nové multifunkční přístroje Konica Minolta lze automaticky propojit s chytrými telefony či tablety pouze na základě jejich přiblížení k ovládacímu panelu. Spojením přístrojů dochází rovněž k okamžitému rozpoznání uživatele.** Nová bezkontaktní technologie NFC (Near field communication) tak dokáže plně nahradit i přihlašování pomocí čipových karet. „K propojení tiskového a mobilního přístroje nyní stačí pouze jejich přiblížení na vzdálenost několika centimetrů. Zařízení poté automaticky aktivují WiFi síť a stáhnou tisková data bez nutnosti povelu od uživatele. Naším zákazníkům tím chceme pomoci dosáhnout maximální flexibility a rychlosti práce,“ řekl Jiří Hráček, produktový manažer Konica Minolta Business Solutions Czech, a dodal: „Součástí inovace je i nová dotyková plocha na displeji tiskového zařízení. Na té mohou uživatelé tiskem jediného tlačítka okamžitě zadávat základní povely, jako je tisk či skenování z nebo do mobilních přístrojů, případně další operace.“

Funkce automatického rozpoznání mobilních zařízení dokáže rovněž nahradit proces autentizace uživatele pomocí čipových karet. „K vyššímu zabezpečení dokumentů a monitoringu tisku nyní stačí pouze tablet či mobilní telefon, které mají uživatelé většinou u sebe. To usnadňuje a zrychluje práci s dokumenty a tiskovými přístroji,“ doplnil Hráček. Technologie NFC je kompatibilní s operačním systémem Android, pro uživatele zařízení značky Apple nabízí Konica Minolta srovnatelné řešení využívající technologii Bluetooth. Nová černobílá zařízení (bizhub 227 a bizhub 287) a barevné přístroje (bizhub C308 a bizhub C368) nabízejí také vysoký výkon, rychlý tisk až do formátu A3 a intuitivní ovládání prostřednictvím dotykového displeje. Ten lze přizpůsobit individuálním potřebám uživatele a umožňuje rovněž přístup na internet. Přístroje jsou navíc vybaveny i dokončovacím zařízením, které umožňuje sešít či děrovat vytištěné dokumenty. (tz)

## Prosperita Fresh Time

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 4, září 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](http://www.freshtime.cz)

## Světová poptávka po stříbře rostla

**Podle světové organizace The Silver Institute byla během první poloviny roku 2015 zaznamenána zvýšená poptávka po stříbře ve šperkařství a rovněž v odvětví výroby významných průmyslových aplikací, což jsou dva signály dokazující růst zájmu o jeden z nejužšího kovu.** The Silver Institute odhaduje, že trh se stříbrem bude v roce 2015 nadále v deficitu, a to ve výši 57,7 milionu uncí.

„Stříbro je zásadní kov i pro český trh. Využívá se zejména v automobilovém, elektrotechnickém, sklářském a chemickém průmyslu, ale i ve zdravotnictví a tradičním klenotnictví. V poslední době se začíná výrazněji prosazovat i v textilním průmyslu při výrobě sportovního oblečení. Je to rovněž oblíbený investiční kov, mezi investory zaujímá hned druhé místo po zlatě,“ řekl Viktor Fiala, generální ředitel společnosti SAFINA, a dodal: „Jen v minulém roce se nám podařilo v rámci našich recyklačních technologií zpracovat přes 100 tun tohoto drahého kovu.“

Pro stříbrné šperky, jež jsou tahounem celosvětové poptávky po stříbře, byla podle The Silver Institute první polovina 2015 silným obdobím. Se značným nárůstem poptávky spotřebitelů po stříbrných klenotech poskočil také koncem května dovoz stříbrných šperků do USA o 11 %. V dolarovém vyjádření jsou Spojené státy americké největším dovozcem stříbrných šperků a jejich poptávka ovlivňuje obchod se stříbrem v Asii. Koncem května vzrostly americké importy z Thajska o 18,5 %, Čína ve stejném období vykázala nárůst o 14 %. Poradenský orgán v sektoru drahých kovů GFMS Thomson Reuters (GFMS) odhaduje, že se v roce 2015 odvětví stříbrných šperků celosvětově zvýší o 5 %. Až 60 % stříbra z celkové globální poptávky je spojeno s jeho průmyslovým využitím. GFMS pro tento rok odhaduje 2% růst v sektoru průmyslových aplikací se stříbrem.

V sektoru obnovitelné energie The Silver Institute odhaduje nárůst poptávky po stříbře ze strany producentů solárních panelů o 8 % na 65 milionů uncí. Tento růst odráží zvýšenou produkci solárních článků a větší počet instalací. Za tímto zvýšením stojí USA, kde byl evidován 76% nárůst solárních instalací v prvním čtvrtletí 2015 v porovnání s loňským rokem. Čína a Indie mají expanzivní plány v oblasti solárních instalací, a proto jsou oba státy považovány za budoucí hnací sílu. Stejná prestižní organizace uvádí, že poptávka po stříbře ze strany producentů etylenoxidu by měla v roce 2015 vzrůst na 8,6 milionu uncí, což by představovalo 61% nárůst od roku 2014. Většina tohoto objemu bude tažena čínskou poptávkou. Etylenoxid představuje další příklad využití stříbra v průmyslu, protože je důležitým stavebním kamenem chemického průmyslu, nezbytným při výrobě plastů, rozpouštědel a čisticích prostředků a širokého spektra organických chemikálií. Na straně investic byla v prvním pololetí 2015 maloobchodní poptávka po bílém kovu výrazná. The Silver Institute uvádí, že k 24. červenci vzrostly od začátku roku světové zásoby stříbra ETF o více než 4,7 milionu uncí, což ukazuje, že investoři mají v dlouhodobém časovém horizontu pozitivní výhledy ohledně ceny stříbra.

V první polovině letošního roku činily světové prodeje stříbrných mincí 43,6 milionu uncí, což je sice 6 % pod úroveň stejného období loňského roku, nicméně v první polovině 2015 byly světové tržby páté nejvyšší v historii. Americká mincovna se potýkala s výrazným zájmem investorů, který byl v tomto období na vrcholu, a musela dokonce 7. července dočasně pozastavit prodeje stříbrných mincí poté, co byly vyčerpány zásoby z důvodu velkého náporu poptávky. „SAFINA tak výrazný nárůst zájmu o investování do stříbra nezaznamenala. Pro investory je totiž poměrně velkou diskvalifikací zatížení stříbra 21% daní z přidané hodnoty. Investičním kovem číslo jedna je zlato, a stříbro si většina investorů pořizuje až jako druhý kov pro diverzifikaci portfolia investovaného do drahých kovů,“ řekl Libor Křapka, manažer pro investiční drahé kovy společnosti SAFINA. (tz)





# Statutární orgán může jednat za společnost spolu s prokuristou, judikatura ale stále chybí

**Již více než rok a půl česká právní úprava fakticky připouští jednání člena statutárního orgánu společnosti společně s prokuristou. Avšak vzhledem k tomu, že česká legislativa ani judikatura společné jednání statutárního orgánu a prokuristy výslovně neupravuje, společnosti tento způsob jednání prozatím tolik nevyužívají.**

Nemožnost společného jednání statutárního orgánu a prokuristy byla dříve zapříčiněna rozdílným pojetím jednání těchto dvou entit. Zatímco jednání statutárního orgánu bylo považováno za přímé jednání společnosti, jednání prokuristy bylo definováno jako jednání jejího zástupce. Obchodní zákoník pak jasně stanovoval, že za společnost jedná buď statutární orgán, nebo její zástupce, a společné jednání tak nemožnoval.

Nový občanský zákoník, účinný od 1. ledna 2014, už ale přímé jednání společnosti vylučuje a statutární orgán tak nově jedná jako zástupce společnosti, stejně jako prokurista. „Problematickým zůstává fakt, že nový občanský zákoník ani zákon o obchodních korporacích možnost společného jednání statutárního orgánu a prokuristy výslovně neupravují, jako je tomu například v Německu a Rakousku, nicméně ani nezakazují. S ohledem na to, že statutární orgán společnosti nyní jedná na stejné úrovni jako prokurista, ale odpadl hlavní argument, proč se jejich společné jednání považovalo za nepřipustné,“ vysvětlil Pavel Široký, Partner advokátní kanceláře CHSH Kališ & Partners. Možnost společného zastupování prokuristou a členem statutárního orgánu usnadňuje fungování společnosti v situaci, kdy vícečlenný statutární orgán a společníci trvají na tom, aby za společnost jednaly vždy alespoň dvě osoby, přičemž někteří členové statutárního orgánu nejsou vždy k dispozici. V takovém případě může jednoho ze členů statutárního orgánu zastoupit právě přítomný prokurista. Odborná veřejnost se často zabývala otázkou, zda má společné zastupování statutárním orgánem a prokuristou charakter vnitřního omezení jednatelského oprávnění statutárního orgánu nebo způsobu jednání společnosti. V prvním případě by totiž potenciální nedostatek spolupůsobení prokuristy neměl vliv na závaznost jednání dané společností, zatímco

v případě druhém by při absenci spolupůsobení prokuristy nebyla společnost takovým jednáním vázána (absence prokuristy by způsobila zdánlivost – neexistenci takového jednání). K omezení jednatelského oprávnění statutárního orgánu by v takovém případě mohlo docházet u společností s jednočlenným statutárním orgánem, nikoliv však u společností s vícečlenným statutárním orgánem.



foto Shutterstock

„Výklad, podle něhož zastupování statutárním orgánem spolu s prokuristou představuje vždy vnitřní omezení jednatelského oprávnění, považujeme za příliš formalistický. Pokud má totiž společnost vícečlenný statutární orgán, je podmínka spolupůsobení prokuristy vnitřním omezením jednatelského oprávnění jen v takovém případě, kdy by měli členové statutárního orgánu výslovně zakázáno jednat za společnost bez prokuristy,“ komentoval možné situace Pavel Široký. Z toho vyplývají dvě důležité podmínky, které je nezbytné splnit při společném zastupování společnosti členem statutárního orgánu a prokuristou: Za prvé musí mít společnost vícečlenný statutární orgán a za druhé musí stanovený způsob jednání za společnost umožňovat zastupování společnosti pouze členy statutárního orgánu (tj. jednatelů nebo členů představenstva) bez prokuristy.

Do obchodního rejstříku by pak způsob jednání akciové společnosti (případně společnosti s ručním omezením) mohl být zapsán například následujícím způsobem: „Společnost zastupují dva členové představenstva (resp. dva jednatele) společně nebo jeden člen představenstva (resp. jednatel) společně s prokuristou.“ Současně je možné, aby jednání prokuristy za společnost bylo vázáno na spolupůsobení člena statutárního orgánu, a to i za předpokladu, že jednání statutárního orgánu nebude naopak na prokuristu vázáno vůbec. V takovém případě by bylo jednatelské oprávnění prokuristy možné zapsat například následujícím způsobem: „Prokurista zastupuje společnost vždy společně s jedním členem představenstva (resp. jednatelem).“ Způsob jednání společnosti pak takto: Společnost zastupují vždy alespoň dva členové představenstva (resp. dva jednatele). „Do doby, než bude v českém právním prostředí k dispozici příslušná judikatura upravující jednání společnosti obdobně, jako je tomu v Německu či Rakousku, je nutné spolehnout se v této otázce na výše uvedené argumenty. Nicméně podle našich zkušeností rejstříkové soudy takový způsob jednání společnosti podobný tomu, který byl popsán výše, již zapisují. Je proto pravděpodobné, že čeští zákonodárci, nebo alespoň judikatura, společné jednání statutárního orgánu a prokuristy v budoucnosti výslovně připustí,“ dodal Pavel Široký. (tz)

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

## VODOROVNÉ FRÉZOVACÍ A VYVRTÁVACÍ STROJE VODOROVNÁ OBRÁBĚCÍ CENTRA

Největší český výrobce obráběcích strojů si letos připomíná sto let od vzniku první vodorovné vyvrtávačky. Nejen tradice, ale především dovednost a nápaditost svých lidí, to je základ, na kterém společnost staví.

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

Více na

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

NAVŠTIVTE NAŠE EXPOZICE

**MSV 2015 Brno**

- pavilón P, stánek 110

**EMO 2015 Milano**

- hala 3, stánek H32 L29

WHtec 130



WRD 130/150 (Q)



WHR 13 (Q)

