

listopad 2015

fresh[®]
TIME
PROSPERITA

Osobnosti tohoto vydání:

Josef Kubiš

Michal Vaněček

Zdeněk Hrdlička

Ladislav Francouz

Jindřich Melichar

Tomáš Milich



Josef Kubiš

**Mírou všeho
je člověk**

rozhovor na stranách 2-3

Mírou všeho je člověk



Ing. Josef Kubiš

Významné ocenění v soutěži Manažer roku 2014 udělené letos v dubnu na pražském Žofíně. Potěšilo vás?

Už jednou jsem byl mezi finalisty, to už je dávno, v roce 1997. Moc jsem o tom nepřemýšlel, byly jiné starosti a úkoly, snažil jsem se, aby prosperovala firma, ne o to, kdy a za co budu oceněn. Takže – léta jsem odolával, nechal jsem to plavat. Dnes jsem ve věku, kdy uvažují o svém nástupci. A to není zas tak jednoduché. Ocenění si samozřejmě velice vážím, ne každému manažerovi se ho dostane, ale víte, jsou podstatnější věci, než abych toužil po slávě. Promiňte mi upřímnost – důležitější je, že jsme loni měli pěkné výsledky a že i letos i přes velké sucho a nedostatek krmení pro hospodářská zvířata si musíme umět poradit. Soutěže a společenská uznání, to jsou až druhotné záležitosti.

Vždycky zdůrazňujete, že k úspěchu patří lidé, zaměstnanci, tým kolem šéfa. Jak sháníte ty nejlepší v době, kdy každý manažer říká, že nejsou svářeči, obchodníci, zedníci, kuchaři?

Ano, mírou všeho je člověk, to platí a platit bude. Naše výsledky jsou o tom, že se snažíme zaměstnancům vysvětlit, proč to či ono děláme. Musí znát a chápat souvislosti. Proč se na krávy nesmí křičet, jak ovlivňuje pohoda dojivosti, jak závisí výnosy plodin na seřízení stroje. Už dávno jsem si uvědomil, že sami sebe musíme vychovávat a musíme se i přes nadměrnou provozních starostí učit. A potřeba je umět se učit. Nic jiného nám nezbyvá. I já jsem se musel naučit pracovat s počítačem přesto, že jsem potřeboval řešit úplně jiné záležitosti, sledovat nové věci a neustále se zdokonalovat je naší povinností. Člověk potěší, když vidí, jak spolupracovníci zvládají nové úkoly a jak roste jejich odborná úroveň. Mít dobré zaměstnance není o tom je shánět a přepřáčet, je to o jejich výchově. Ono někoho vyhodit proto, že nedělá, jak je potřeba, je strašně jednoduché, ale nikam to nevede. Daleko ví-

Okázalost mu není vlastní. Na svou image zas tolik nehledí. Na to, aby byla jeho kancelář hitem designu budoucího tisíciletí, také ne. Podstatné je, aby firma kousek za Prahou šlapala jako hodinky, aby na trhu obstála, zaměstnanci pracovali svědomitě a věděli, že jejich vztah ke svěřeným úkolům bude oceněn po zásluze, čím budou lepší, tím lépe se budou mít. Princip, který není nutné komentovat. Ing. Josef Kubiš, předseda představenstva a ředitel společnosti AGRO Jesenice u Prahy se sídlem v Hodkovicích, má na běh světa svůj názor a ten nezmění. Není totiž důvod. Zkušenosti ukazují, že se vyplatí stát nohama na zemi, aniž by člověk musel nadávat na celý svět. Životním krédem je umět si poradit za všech okolností, protože nikdo jiný to za člověka stejně neudělá. Letos v dubnu byl oceněn titulem Manažer odvětví zemědělství v prestižní soutěži Manažer roku 2014 a ocitl se v top desítce slavných. Ne každému se to podaří.

ce se vyplácí si s člověkem, který něco opomíjí nebo fláká, sednout, vysvětlit mu, zopakovat, ukázat, že bude-li mít podnik úspěch, že z toho bude mít benefity i on. To jsme se u nás naučili, tato praxe se nám osvědčila. Nemáme tedy ani problémy s mladými. Když přijmeme nového pracovníka a on má snahu a není líný, tak ho práci naučíme. Jde to. Chce to trpělivost. A nemyslete si – i já se učím od zaměstnanců. Když to zjednoduším – oni vychovávají mne a já je. Příklad: dnes máme dojivost 11 500 litrů na krávu a rok. A u krav jsou ti samí lidé, jako bývali dříve, když výsledky byly ani ne poloviční. Co se změnilo? Lépe o zvířata pečují, absolvují školení, kde jim odborníci vysvětlují, proč se děje to, kdy mají udělat ono, jak to zvíře ovlivní.

To znamená, že organizujete i vzdělávání, platíte kurzy, přednášky?

Zemědělství je dnes velká věda, ale zároveň jednoduchá disciplína založená na zdravém selském rozumu. Avšak i selský rozum potřebuje krmit novými informacemi. V zimě, kdy úsek rostlinné výroby zdánlivě nemá co dělat, organizujeme různé vzdělávací aktivity, chodí k nám přednášet například odborníci z univerzit a vysvětlují, proč se co musí udělat, aby... Říkám to hodně zjednodušeně, ale princip je jasný. Učíme se tedy stále. Podobné je to s úsekem živočišné výroby – zaměstnancům se snažím všipit, že kráva ve vemeni nese peníze. Proto se na ni nesmí křičet, nesmí se uhodit.

Mluví v vás zemědělec, který prošel ostrým provozem před rokem 1989 a dosud je víc v kravíně nebo na poli než v manažerském křesle...

Zažil jsem toho dost, a z papíru vám pšenice nevyroste. Neztracuji mladé, kteří se u nás ledacemus mohou naučit, nenadávám na ty starší, kteří mají sklon věci dělat po svém a některým novinkám se logicky brání. Jasně je jedno: dnes u nás je průměrný hrubý měsíční příjem

27 000 Kč. Lidem platíme životní pojištění ve výši 2000 Kč měsíčně, a to je docela pěkné, nemyslíte? Většina zaměstnanců bydlí v našich bytech, vlastnime jich 55, a nyní přestavujeme další nevyužívané prostory na garsonky. Zastávám názor, že když pro firmu lidi dělají, musím se já zase o ně postarat. „Původní Agro“ má 160 zaměstnanců, s dcerinkami je to kolem 230. I to je argument, který je dostatečně výmluvný.

Říká se, že práce s lidmi je zaklínadlo, že je to to nejhorší, co existuje...

Jak se to vezme. Já se k tomu stavím pragmaticky. Člověk si u nás vydělá, ale musí pracovat a musí být sám za sebe zodpovědný. Když potřebuje kuchařka v kuchyni volno mimo plán, musí si za sebe sjednat náhradu. Traktoristé mohou absolvovat v zimě kurzy svářeni, aby měli další specializaci a firma je mohla využít i v čase, kdy není „jejich“ sezona. Sami si opravují stroje. A když si dávají do pořádku svoji mašinu, s níž budou pracovat na jaře a v létě, pak si to jistě neošidí a opraví si ji dobře. Také k nám v zimě jezdí přednášející z Mendelovy univerzity v Brně a jiných specializovaných pracovišť a komentují spousty zdánlivě všedních záležitostí. Používají ale zajímavá fakta, nejnovější poznatky výzkumů, vědy apod. Tře-



ba jak snížit spotřebu PHM. To sice vědí všichni, ale... Jiní odborníci školí o tom, jak je významné být dobrým týmem a na příkladech ukazují, jaký přínos to má pro život firmy a jednotlivce. Dnes už nemůže kopat jen každý sám za sebe. Vše zejména technika a technologie jdou rychle kupředu a my to musíme vnímat. Nejen vedení, ale i dělnické profese. Mávnout nad tím rukou by byla velká chyba.

Máte rostlinnou i živočišnou výrobu, mrazírnu, bioplynovou stanici, kompostárnu, vlastní dopravu i prodej PHM. Co dál?

Vlastníme dnes jedinou českou mrazírnu, nikdo jiný na trhu už není. Naší specializací je hrášek. Také produkujeme mák. Jsme významným pěstitelům pšenice, znova začínáme s žitem, po němž je vyšší poptávka. Koupili jsme místní družstvo Dolní Břežany, máme majoritu v několika dalších firmách, jako je Galimpex nebo Zepos. Taková řešení považují za přínosná.

Neuvažujete o výrobě uzenin, pečiva?

To už máme za sebou. Vrátili jsme se k tomu, co umíme nejlépe – klasickou zemědělskou výrobu. Měli jsme pekárnu, prodejny. Ukázalo se, že toto umějí jiní lépe. Začali jsme rozvíjet spíše marazirenství – v mražené výrobě budeme příští rok dělat 15 000 tun mraženého zboží, nejenom hrášku, ale i polotovarů. Zalistování jsme již téměř ve všech řetězcích, a to nejen jako dodavatel, který vyhledává zakázky, ale spíše jako partner, na něhož se někteří obchodníci sami obracíjí o spolupráci.

Co dnes štvete zemědělce nejvíce?

Nejsem z těch, kteří si jen stěžují. Víím, a dávno jsem se s tím smířil, že mi nikdo nepomůže, když se dostanu do maléru. Proto jsem se naučil spoléhat sám na sebe. Ale jedno mne nenechává klidným a hodně mě to zvedá ze židle. Nerozumný tlak na ekologii. Podivuhodných bio myšlenek se chopili lidé z měst, kteří vůbec nevědí, jak se žije na vesnici, jak se má pracovat s půdou! Oni nás chtějí poučovat o suchu, erozi, výnosech, zdravé výživě. Z toho, co je přirozené, dělají detektivku a jen rozdmýchávají vášně. Sucho bývalo vždy a pršívало také vždy. Výroba je pro ně dnes sprosté slovo, jenže: život je někde

jinde, a to u zdravého, již jednou zmiňovaného selského rozumu. Dnes lidé akorát panikaří, místo aby dělali to, co je normální, aby se snažili, chápali, přemýšleli a pracovali, vážili si přírody. Oni si jí váží, ale tak, že jí spíš škodí.

Jak to myslíte?

Vezměte si biopotravinu. Vždyť je to nesmysl. Biozemědělství spíše ve svém důsledku škodí, než aby podporovalo harmonii přírody. Pěstování biopotravin vyžaduje na jednotku produkce 1,5 až 1,7krát více vkladů a energie, než je potřeba na produkci normálních konvenčních potravin. Je to již dokázáno a není to nic tajného. Nikdo také zatím nedokázal, že jsou biopotravinu zdravější. Někdy je tomu i naopak, třeba u reziduů neošetřených rostlin napadených houbovými chorobami. Nebo extenzivní výroba biomléka zatěžuje prostředí metanem daleko více než intenzivní výroba ve velkochovech. Největší prospekch z biopotravin mají jisté skupiny firem, a hlavně obchod ve vyšší marži, je to skrytý boj o dotace, je to zkrátka trend doby. Jde o zmanipulování mas a lidé se pak chovají jako zbavení vlastního rozumu.

Navrátí se u nás zase úcta k půdě?

Přál bych si to, ale těžko říci. Nebo za hodně dlouho, bude to nezbytnost. Půda nás živí. Sedlákovi se vždy vyplácelo myslet v dlouhém horizontu. Dnes lidé neví, která bije. I politici myslí jen na sebe. Podle toho, jaký je ministr, tak se mění státní zemědělské priority. Jednou je to mléko, za dva roky maso, pak pšenice, potom řepka, do toho výstavba hal na nejkvalitnější půdě. A vznikají škody, které se dají napravit za staletí, dřív ne. Už jsem dost starý na to, abych si mohl dovolit ten luxus říkat pravdu. Proto také tvrdím, že biopotravinu životní prostředí poškozují více než výroba běžných potravin. A ještě k této diskusi: Dnes je v ČR 12,5 procenta půdy v ekologickém režimu, ale vyprodukuje se na ní jen 0,5 procenta spotřeby potravin. O čem to svědčí? To ať si každý domyslí sám.

Jaký názor máte na soběstačnost země v produkci potravin?

Na to snad není třeba ani odpovídat. Každý stát by se měl starat o to, aby se pěstovalo a jedlo to,

co je pro daný region historicky dané. Jakým plodinám a hospodářským zvířatům se tam daří, jaké potraviny jsou místní obyvatelé zvyklí po staletí konzumovat. Přece nebudou dovážet většinu potravin z Jižní Ameriky. Ano, pro obhaceni jídelníčku, pro zpestření, proč ne? Banány, káva, jistě. Ale základ, jako je obilí, zelenina, ovoce, maso – to by vždy mělo odpovídat určitým tradicím a zvyklostem i uzpůsobení trávicích procesů místního člověka. Veřejnost je zmatená globalizační politikou, nátlakem zelených, a nejrůznějšími směry, které vedou jen a jen k zájmům finančním. Globalizaci si vymysleli silní a globalizace silným nahrává. To už víme.

Nezkusíte pěstovat konopí, len, stévií?

Projevili-li o to trh zájem, proč ne. Prvořadé je mít odběratele, který to koupí, pak můžete vyrábět. Ale to už ví také dnes každý. Na druhé straně – zastávám osvědčený názor: ševče, drž se svého kopyta. Děláme, k čemu máme vztah, co jsme se naučili a v čem jsme se vypracovali, čemu rozumíme. I nám desetiletí trvalo, než jsme vstřebali a posílili znalosti k chovu krav či prasat nebo pěstování obilí. Ono totiž jakmile někdo začne chytračit, je to začátek konce. A to není náš styl.

Naříkat si také není vaším stylem...

S nářky bych nic nesvedl. K ničemu nejsou. Každý si myslí, že je jeho business těžký. My také. Jenže to vám nepomůže. Vždy je potřeba přemýšlet, jak z toho ven, jak si pomoci, jak to udělat, aby bylo lépe, aby se problém dal řešit, i za cenu určitých ztrát. Plakat a utírat slzy? To není moje životní filozofie.

A vaše přání?

Je možná trochu obecné. Stát by měl být jeden velký celek, jedna rodina, zní to blbě, co? Jsme na sobě závislí, ať chceme, nebo ne. Platíme daně, ty by měly sloužit i k tomu, abychom za ně měli kvalitní státní aparát. Státní úředníci pořád vymyšlejší spousty nesmyslů, vymyšlejší nevyužitelné, s životem to má pramálo společného. Stát by se tedy měl starat o lidi, o ty, co tady pracují a vytvářejí hodnoty, měl by je motivovat, měl by jít příkladem. Místo toho je to politikaření, snaha o rozkradení zbylého státního majetku a boj kdo z koho. To není dobré. Navíc – proč pořád poklonkujeme před někým. Dříve to bylo před Východem, dnes před Západem. Naše přední zemědělské podniky v některých oblastech Západ už předběhly, dřív jsme se tam jezdili učit, dnes tam dost často nemáme co vidět. Nechci se vyťahovat, ale proč nemluvíme o tom, jaký skok jsme za posledních dvacet let u některých komodit udělali? To jinde v Evropě prostě nevidíte. A jsme zase u toho: zdravý selský rozum, přemýšlivost, poctivá práce, potlačení sobectví, to jediné nám pomůže mít se dobře.

rozhovor připravila Eva Brixí



Debordelizace vašeho IT



Ing. Michal Vaněček, Ph.D., MBA

Sakrujete. Jste nespokojení. Podvědomě tušíte, že se začíná cosi dít. Občas byste počítač hodili z okna. Zuříte na ajťáka, že se fláká, místo aby věděl, co jako uživatel potřebujete. Spíláte programátorům, že zaspali nebo předběhli dobu. Firemnímu systému začínáte nedůvěřovat, protože vás párkrát vypekl. Nastává okamžik pravdy – bude potřeba něco udělat. Neumíte to definovat, jen to jaksi cítíte v kostech. Tajemný hlas vám našeptává, že se blíží průšvih. A vězte, že intuice má pravdu. O této pravdě je rozhovor s Ing. Michalem Vaněčkem, Ph.D., MBA, místopředsedou představenstva společnosti T-SOFT a.s.:

Vy jste mi vnutil takový strašný název článku! Copak se to nedá nazvat nějak slušně?

Dá se to nazvat slušně. Třeba optimalizační analýza, vstupní analýza, optimalizace informačního systému. Těch názvů můžeme tady spolu vymyslet třeba dvacet. Ale žádný z nich nevystihuje prostou podstatu problému.

A to?

A to, že máte bordel ve vašem IT, ve vašem informačním systému. Tedy, ne vy, určitě, ale

obecně „zákazník“. A my že umíme ten problém odstranit a udělat pořádek.

A proč je to potřeba udělat? Třeba mi ten zažitý a letitý brajgl vyhovuje, jsem na něj zvyklá...

Je to o kvalitě. O kvalitě vaší práce, kvalitě vztahu se zákazníkem, kvalitě procesů ve firmě. Je to o tom, jak budete za pár let konkurenceschopní.

Nedílnou součástí kvality celé firmy je přece nastavení procesů a jejich správné fungování.

A fungování procesů je dnes z 90 procent o informačním systému.

Ale jak já, dejme tomu, váš zákazník, vůbec poznám, že potřebuji, tedy, jaksi „uklidit“?

To máte tak. Když si novomanželé zařizují nový byt, který je úplně prázdný, tak je to všechno jednoduché. Stavíte na zelené louce, rozmýšlíte, co kde bude stát atakdale. Podobně to bylo tak někdy v polovině 90. let, když firmy i státní instituce začaly zavádět informační systémy. Jenomže si musíme uvědomit, že uplynulo přinejmenším dvacet let. A v domácnosti po dvaceti letech máte taky jiný stav, než když jste ji nadšeně zařizovali.

IT si musí uvědomit, že je servisem pro business.

No a jak se to pozná? Tedy, jak se to pozná u informačního systému? Tím, že máme:

- ✓ pocit, že dáváme moc peněz do IT
- ✓ pocit, že IS je pomalý
- ✓ pocit, že nám IS spíš přidělavá práci
- ✓ pocit, že máme moc „ajťáků“
- ✓ pocit, že máme moc aplikací
- ✓ pocit, že IT oddělení si žije svým životem a nedělá servis businessu
- ✓ neurčitý pocit, že máme z IT divný pocit
- ✓ pocit závislosti na dodavatelích
- ✓ pocit, že nevíme... (to není neobvyklé – prostě vlastně zjišťujete, že nevíte, co si o vašem IT máte myslet)

Uživatelé si stěžují:

- ✓ na chyby v datech,
- ✓ na duplicitu dat a aplikací,
- ✓ na ruční vyrábění reportů

Zákazníci si stěžují:

- ✓ na pomalé vyřízení objednávek a reklamací
- ✓ na chybná data v zákaznické aplikaci
- ✓ na chybné faktury

To jsou jen některé příklady, jen zlomek!

Proč k takovým situacím vlastně dochází? Nedá se tomu vyhnout prozíravostí, pečlivostí?

Někde ne. Máte nadnárodní, celosvětové korporace, kde pobočky v jednotlivých zemích mají kus informačního systému z centrály, to jsou třeba staré terminálové systémy ze 70. let. K tomu si postupně přilepují další aplikace, které potřebují.

Pak není výjimkou, kdy obrovská firma, která sice šlape jako hodinky, je naprosto zoufalá ze svého IT, cpe do něj neskutečné peníze, má to-

lik „ajťáků“, že i pětina by byla moc. A je to časovaná bomba, jen otázka času, kdy se organizace pod všemi těmi přílepkami a nadbytečnostími zhroutí. Nebo nezhroutí, ale začne postupně ztrácet konkurenční výhodu.

Můžete uvést nějakou firmu jako příklad?

To samozřejmě nemůžu. Dělali jsme podobných debordelizací několik, ale jsme vázáni mlčenlivostí. Nikdo si nepřeje, aby se o podobných problémech vědělo. Někdy jsou ta zjištění skutečně hororová. A to i u firem, kde byste to vůbec nečekali.

A jak se tedy dělá takový úklid?

Obvykle se začíná (bohužel) úvodními pracemi zdarma. Zkrátka musíme strávit nějaký ten den u zákazníka a identifikovat, jaké jsou jeho bolesti, rozsah informačního systému, počty aplikací, náklady na IT. Na základě toho teprve vznikne nabídka na první fázi debordelizace. Ta spočívá v tom, že mluvíme s lidmi. S uživateli, ajťáky, lidmi z vedení. Využíváme různé metody komunikace a získávání informací, výjimkou není ani kooperace s externími psychology, pokud máme posoudit kompetentnost lidí na vedoucích pozicích. A na základě hromady rozhovorů vznikne první obraz o tom, jak je vůbec IT vnímané, a naopak, jak IT vnímá potřeby businessu.

A co potom?

Potom se to celé začne rozplétat. Musí se udělat detailnější rozbor, jaké jsou ve firmě aplikace, které se používají, které se duplují. Kde se duplikují třeba zbytečně data apod. Do toho musíme zahrnout věci jednoduše dané, jako že třeba nějaký program je centrálně dán a nejede přes to vlak. A tady se vám po týdnech až měsících začne rýsovat řešení. Co se dá zjednodušit, co vyhodit, patří do toho samozřejmě i analýza procesů, které jsou aplikacemi podporovány. Abyste zefektivnili informační systém, musíte si být jisti, že neautomatizujete naprosto neefektivní procesy. Kromě toho někdy dojde i na personální výměnu. Když nastavíte novou, efektivní strategii IT, musíte mít k tomu i lidi, kteří ji dovedou dotáhnout do konce. Takže někdy sháníme zákazníkově i nové pracovníky.

Kromě toho někdy dojde i na personální výměnu. Když nastavíte novou, efektivní strategii IT, musíte mít k tomu i lidi, kteří ji dovedou dotáhnout do konce. Takže někdy sháníme zákazníkově i nové pracovníky.

cenční politiky jsou často tak komplikované, že se mnozí dopouštějí nezákonností, a vůbec o tom nemají tušení. Interpretace některých licenčních ujednání je často nejednoznačná. I v tomto umíme pomoci – zanalyzovat

Ale to není asi úplně levná věc, takové gruntování.

Jak se to vezme. Řeknu vám úplně obecný příklad. Firma dává ročně do IT kolem 20 milionů. A vy jim za dva miliony poradíte, jak ušetřit ročně pět milionů. To se celkem vyplácí, co myslíte?

Samozřejmě garsonku uklidíte levněji než tříposchodovou vilu. Záleží na velikosti firmy a rozsahu jejího IT. Ale máme na to průmyslovou metodiku, takže pracujeme tak efektivně, jak jen to jde.

Co ještě řešíte v rámci podobných projektů?

Třeba licenční čistotu. Dnes už není moc obvyklé, aby, zejména velké, solidní firmy, pracovaly s nelegálním software. Ale licenční čistota je často tak komplikovaná, že se mnozí dopouštějí nezákonností, a vůbec o tom nemají tušení. Interpretace některých licenčních ujednání je často nejednoznačná.

aplikace z hlediska licenční čistoty a navrhnout optimální licenční schéma. Zkrátka poskytneme zákazníkovi takový úklid domácnosti na klíč.

Asi si ne každý chce nechat uklidit. V čem je problém? Nebo to chtějí dnes naopak všichni?

Ti prozíraví a osvícení to začínají chtít. Snažit se musí vždy především nejvyšší vedení firmy. Někdy, a je to často, právě ono netuší nebo se obává položit si otázku „jak jsme na tom“. Neboť se mu obvykle od ajťáků dostane složitě odpovědi, že „jsme na tom dobře a budeme ještě lépe, jen to bude chtít víc lidí“. A přitom se tomu dá, pokud jsou odvážní, napomoci debatou u stolu nad nějakými typickými scénáři, ale debatou, kde se sejdou opravdu všichni, co s tím mají do činění, tj. hlavně uživatelé. A IT si musí uvědomit, že je servisem pro business. Takovým stavům se dá napomoci i realizací cvičení a nácviku nejrůznějších situací, na které máme taky sofistikované nástroje, ale to by bylo na samostatný rozhovor.

připravila redakce Fresh Time
ve spolupráci
se společností T-SOFT a.s.

Kontakt:
e-mail: vanecek@tsoft.cz
tel.: 603 426 225
www.tsoft.cz ■■■

Business, který zlepšuje svět

Lze spojit business s pomocí druhým a zlepšováním světa okolo nás? Stále vyšší počet podnikatelů v Česku ukazuje, že to možné je. UniCredit Bank a UniCredit Foundation se ve spolupráci s Nadačí Via rozhodly, že tento optimistický trend rozvoje sociálního podnikání podpoří speciálním grantovým programem.

Co všechno vybrané sociální podniky dostanou? Grant ve výši až 340 000 korun a další podporu, například odborné poradenství a workshopy. Hlásit se mohou všichni podnikatelé, kteří mají zajímavý nápad a chtějí rozjet sociální podnik, ale i ti, kteří už se sociálním podnikáním začali a potřebují fungování své firmy vylepšit.

Pavel Hušek, projektový manažer Nadace Via, vysvětlil, co přesně sociální podnikání obnáší: „Tito podnikatelé často zaměstnávají znevýhodněné skupiny lidí nebo vyvíjejí technologie, které jsou šetrné k životnímu prostředí. Zkrátka, nejde jim jen o zisk, ale také o proměnu svého okolí nebo o celospolečenskou změnu,“ řekl.

V některých případech zisk a pomoc druhým jdou přímo ruku v ruce. Ukazuje to příklad nakladatelství Pasparta, které zaměstnává autisty. „Lidé s autizmem mají oproti jiným zaměstnancům řadu předností. Jsou zaměřeni na detail a mimořádně precizní, což je skvělé třeba pro grafické práce,“ popsal ředitel nakladatelství Martin Mařík.

Partnery programu Lepší byznys jsou UniCredit Bank prostřednictvím své nadace UniCredit Foundation. „Pro UniCredit Bank podpora českých podnikatelů a firem vždy stála v žebříčku bankovních priorit na vysokém místě. Podnikatelskému sektoru však chceme dát něco navíc. Kromě finanční pomoci se tak v rámci programu Lepší byznys zaměřujeme na projekty s ambicí dlouhodobé udržitelnosti a s cílem změnit společnost a pomoci zaměstnávat znevýhodněné skupiny lidí, například lidi s hendikepem či sníženou pracovní schopností,“ vysvětlil Petr Plocek, tiskový mluvčí UniCredit Bank.

„Sociální podniky dokážou nabídnout excellentní produkty a služby, navíc dokážou pružně reagovat na aktuální celospolečenské problémy. V podpoře sociálního podnikání a hlubším propojování s neziskovým sektorem vidíme silnou budoucnost. Finančně udržitelné sociální podniky pomáhají rozvoji celého trhu a pozitivně ovlivňují také způsob, jakým fungují tradiční firmy,“ uvedl Maurizio Carra-

Zajímavé příběhy z minulého ročníku programu Lepší byznys

Autonapůl – Firma pro lidi, kteří potřebují auto jen občas. Hledá inovativní řešení, které šetří životní prostředí. Autonapůl je průkopníkem takzvaného carsharingu v Česku.

www.autonapul.org

Nakladatelství Pasparta – Nakladatelství, které vydává zejména knihy o autizmu. Autisty také zaměstnává a využívá jejich specifických schopností k efektivnější a kvalitnější práci.

www.pasparta.cz

Projekt Strojovna – Strojovna je otevřený tvůrčí ateliér. Kdokoliv si zde může cokoliv ušít, opravit, vyrobit. Projekt pomáhá udržet tradiční techniky ručních prací a zároveň podporuje udržitelnou spotřebu.

www.strojovna.com

ra, předseda nadace UniCredit Foundation. Firmy se do programu Lepší byznys mohou hlásit do 16. listopadu, o příjemcích grantů následně rozhodne nezávislá komise. Zájemci najdou konkrétní podmínky na internetových stránkách Nadace Via (www.nadacevia.cz). (tz)

Přivítejte Nový rok na horách!



Nevíte, jak naložit s letošním Silvestrem? Váháte mezi horami a lázeňským hýčkáním? Zajed'te do Janských Lázní, které kombinují to nejlepší z obojího.

Janské Lázně jsou vyhlášené nejen vynikající lázeňskou péčí, ale také malebnou atmosférou místa, ležícího přímo v srdci Krkonošského národního parku. Město obklopují kopce, které jsou součástí nejrozsáhlejšího lyžařského areálu v České republice, SkiResortu Černá hora – Pec pod Sněžkou. Přímo z centra Janských Lázní se lanovkou dostanete na vrchol Černé hory s více než třiceti kilometry sjezdovek. V místním Aquacentru na vás čekají nejmodernější wellness a lázeňské služby, které oceníte nejen po celodenním lyžování: masáže, vířivky, sauny, perličková lůžka, protiproudy a další vodní atrakce. Letos pro vás Janské Lázně připravily speciální Silvestrovský pobyt, včetně slavnostní večeře i Silvestrovské party.

Pobyt zahrnuje

- ✓ 7 dní a 6 nocí s polopenzí
- ✓ wellness program: havajská masáž částečná, perličková koupel s přísadou podle vlastního výběru
- ✓ volný vstup do lázeňského Aquacentra na dvě hodiny denně
- ✓ Silvestrovskou večeří (menu o čtyřech chodech)
- ✓ Silvestrovskou party v secesní Kolonádě s živou kapelou, ohňostrojem, slavnostním občerstvením i přípitkem
- ✓ slevu 20 % na skipas
- ✓ parkování, lázeňské poplatky a WiFi připojení (tz)



Česnek

od českého sedláka

Vypravili jsme se po stopách zaručeně českého, silně aromatického česneku, který jsme zakoupili v prodejně Tesco. A dostali se až k jeho pěstiteli v Dolánkách nad Ohří, který původní domácí odrůdu Dukát oživil a ve velkém dodává spotřebitelům. Udělal kus záslužné práce, protože domácí česnek z nabídky před lety zmizel, když podlehl levné čínské konkurenci. Naštěstí si zákazníci uvědomili, že česká kuchyně se bez českého česneku neobejde, a začali ho hledat. Než se navrátil na pulty prodejen, uběhlo něco vody, ale podařilo se. Na rodinné farmě jsme si povídali se Zdeňkem Hrdličkou mladším o zelinářství, podnikání a nelehkém, ale radostném údělu lidí, které živí půda.

Kolik generací Hrdličků hospodaří na statku v Dolánkách nad Ohří?

Počítám se už ke čtvrté generaci. Bylo jasné, kam půjdu po základní škole – na střední zemědělskou do Roudnice nad Labem. A pak zpátky na rodný statek, který vedl můj otec Zdeněk Hrdlička starší.

Kolik máte polí?

Když jsem odmaturoval, měli naši patnáct hektarů. Od roku 2002, kdy jsem začal na farmě pracovat, jsme výměru do dneška rozšířili na 90 hektarů. Snažíme se nové pozemky kupovat, a když není žádný k mání, tak alespoň pronajmout. Stojí to hodně úsilí, protože volné půdy se moc nenabízí.

Vybrat vhodné plodiny v zelinářském kraji asi nebylo tak těžké...

Ano, zůstali jsme u zeleniny a obilí, žádná hospodářská zvířata nechováme. Ruční práci jsme museli nahradit mechanizací. Nakoupili jsme potřebné sazeče i sklízeče. Kromě pěti rodinných příslušníků na statku zaměstnáváme jen čtyři další lidi. Zatím vše zvládáme a můžeme myslet i na další rozvoj.

Jak jste přišli k českému česneku?

Zpočátku jsme toho dělali jen trochu. Pak nás oslovila společnost P&P, abychom dodávali čerstvou zeleninu pro obchodní řetězec Tesco. S odbytem vůbec nebyl problém, naopak chtěli po nás stále víc. Proto každý rok rozšiřujeme plochu zelí, cibule, česneku i dalších produktů a máme výkonné stroje na sadbu i sklizeň. Pokud jde o český česnek, zpočátku chyběla sadba původních domácích odrůd. Čtyři roky jsme sklizeň nemohli prodat, ale množili jsme k dal-

ší výsadbě. Teprve letos prodáváme do tržniště česnek české odrůdy Dukát vypěstovaný u nás. Zároveň jsme si pořídili moderní sázecí stroj J. J. Broch v hodnotě téměř milion korun.

Předpokládám, že dobře prosperujete, protože vaše expanze v posledních letech mě udivuje.

Snažíme se hodně a s tím přichází i prosperita. Ale víte, jak to na venkově chodí. Musíte se hospodářství věnovat od rána do večera, svátek neseváték, bez pomýšlení na dovolenou, jinak to prostě nejde.

Co plánujete do budoucna?

Stavíme nové haly, kde budou sušárny zeleniny a nějaká výrobní na zpracování místní úrody.



Zdeněk Hrdlička ml.

Když vidím takový úspěch, nechce se mi věřit těm zemědělcům, kteří si stěžují na špatné časy. Jak se vám konkuruje ostatním, nejen doma, ale i v Evropě?

Opravdu máme ztíženou pozici na trhu, protože na rozdíl od ostatních dostáváme jen velmi malé dotace. Pokud by bylo na nás, byli bychom pro to, aby dotování zemědělské produkce v EU úplně skončilo.

Dodavatelé si také stěžují na obchod, že platí málo a pozdě. Vy prodáváte těm největším – do Tesca – bez problémů?

Nemáme žádné výhrady ke spolupráci. Dodáváme do Tesca zeleninu prostřednictvím firmy P&P, ceny i platební lhůty jsou fér. Menší část úrody skoupí trhovci. Zpočátku jsme prodávali i ze dvora, ale teď už ne.

Vidím, že jste se postaral, aby i v příštích letech hospodařila na statku v Dolánkách další generace Hrdličků...

Máme kluka a děvče, čekáme dalšího potomka, a bude to chlapec. Když se jim bude pracovat na farmě líbit, budu jenom rád.

hodně dalších úspěchů Hrdličkovým popřál Pavel Kačer

foto Pavel Kačer



Tři generace Zdeňků Hrdličků u sázecího stroje na česnek



Ladislav Francouz

Důvěru zákazníků jsem si musel získat sám

Čertovská klobása, Šunka z kýty a Uzené hovězí maso s pepřem – tři přihlášené výrobky a tři ceny v soutěži Česká chuťovka. A ještě další významná cena Dětská chuťovka – ta byla porotou mladých udělena DUO nářezu. To je výsledek letošního října, ale i zúročené zkušenosti celého čtvrtstoletí uzenářské výroby firmy Řeznictví – uzenářství Francouz, s.r.o. Majitel Ladislav Francouz je v oboru vyhlášeným mistrem. Kdo jednou ochutnal, ví, od koho kupovat. Na stránkách Fresh Time jste se s ním již jednou setkali. A jsem ráda, že někdejší povídání můžeme rozvinout právě dnes, hned poté, co si v prostorách pražského Senátu přebíral krásná ocenění:





Patříte k mistrům uzenářským, kteří se před více než 20 lety vydali na cestu velkého dobrodružství a začali podnikat v oboru, který potřebuje velké investice a důvěru zákazníků. Jak hodnotíte ty roky, které máte za sebou?

K řemeslu mě přivedl otec. Již od učení jsem s ním chodil po domácích zabijačkách, doma jsme měli malou řeznickou dílnu, takže základy pro úspěšnou výrobu jsem měl od počátku.

V roce 1990 jsem se pustil do soukromého podnikání. Máte pravdu, že začátky byly velkým dobrodružstvím. Shánění surovin, nové stroje a jejich plné využití ve výrobě... No, když se nad tím zamyslíme, tak po celou dobu podnikání se stále investuje do nového zařízení, strojů, plníme požadavky od SVS a vše v plném pracovním nasazení tak, že na odpočinek moc času nezbývá. Důvěru zákazníků jsem si musel získat sám svými výrobky. Ohlédnutím zpět za ty roky mého úspěšného podnikání nechť je fakt, že dnes zaměstnávám 33 lidí – výroba je dnes ustálena.

Syn provozuje sedm obchodů, které zásobujeme, tak se domnívám, že moje snažení není marné.

O vašich výrobcích veřejnost ví, že jsou kvalitní a že nešidíte. A jsou vždy čerstvé. To je asi ta nejlepší reference...

Snažíme se dodávat každý den čerstvé maso a uzeniny, k tomu je přizpůsobena výroba, je

to asi jediná cesta, jak obstát ve velké konkurenci a uspět i vedle obchodních řetězců.

Na druhé straně – jak to udělat, aby uzeniny byly opravdu z masa? A jak to spotřebitel vlastně pozná?

Od začátku jsem zavrhl všechny náhražky masa, jako jsou např. kůžové emulze nebo strojně oddělené maso a sója. To si myslím, že spotřebitel pozná sám dle chuti výrobku.

Vloni jste se zúčastnil soutěže, která je o chuti – České chuťovky. Dával jste mi okusit na půdě pražského Senátu. Bylo to tak dobré, že jsem se odvážila ten podvečer mlát víc, než je zdravé. Letos jste dostal v této soutěži další ocenění. Povzbudilo vás to?

Určitě mě to povzbudilo, nevěděl jsem, jaká je konkurence, jde o celorepublikovou soutěž, poslali jsme čtyři výrobky a tři byly vyhodnoceny. Tento rok jsme k hodnocení nabídli tři výrobky a všechny dostaly cenu a uspěli jsme i v Dětské chuťovce. Mám z toho upřímnou radost a zároveň je to pro mě dobrý signál, že se ubíráme správným směrem.

Své prodejny zásobujete také čerstvým masem, jedno z nich je hovězí Wagyu, které se doporučuje konzumovat lidem, kteří mají problém s vysokým cholesterolem. Opravdu působí na jeho snížení? Jakým kouzlem?

Prodejny jsou syna, a také on vymýšlí, jak jít zákazníkům naproti. Snaží se sortiment do-

plnit i tímto hovězím masem. Je to finančně náročnější, dlouhodobé zkušenosti zatím nemáme.

Pro šprýmaře nabízíte také různé dárky k výročím, třeba vázanou kytici z klobásek jako kytku pro chlapy... Objednávají zájemci? Připravujete i dárkové balíčky nebo pochoštění na objednávku?

Děláme obložené mísy podle požadavků zákazníka z našich výrobků doplněné o sýr a zeleninu, dále pak uzené kytky, prasátka, plněná prasata šunkou i kytky z klobás, připravujeme také šunková selátka, která obkládáme uzeninou, ta se ujala nejvíce, zákazníci si je objednávají hlavně k různým životním výročím. Dále připravujeme kompletní dodávky masa a uzeniny na svatby a firemní večírky.

Zástupci Evropské unie prohlásili nedávno uzeniny za karcinogenní. Co si o tom myslíte? Není svět už naruby?

Zástupci Evropské unie toto tvrzení neprezentovali, ale byla to pracovní skupina IARC (mezinárodní agentura pro výzkum rakoviny). Myslím si, že hodně přestřelili. Už také své prohlášení opravují. Můj názor na jídlo je, že od všeho s mírou nikomu neškodí. Spouštěčem rakoviny mohou být přece i jiné vlivy – životní prostředí, stres, rodinné dispozice atd. Takže s chutí i s rozumem!

ptala se Eva Brixí

Před námi je velká výzva, a to americký trh



Jindřich Melichar

BUSHMAN patří mezi plejádu značek, které jsou dobře vidět. Vyrosla z nápadu, potřeby, hledání kvality, pohodlí, komfortu na cestách za dobrodružstvím i pro všední den ve městě. Prodejny s tímto sortimentem najdete na mnoha místech v České republice, například v obchodních centrech, proslulá je i ta pražská v Lazarské ulici. Mají svoji nezaměnitelnou atmosféru, která vás ujišťuje o mužné síle chlapa i touze ženy být mu po boku. Je to zvláštní, jak dokáže filozofie značky oslovit zákazníka, jak jasně promlouvá, aniž vás personál zahrnuje všetečnými otázkami dříve, než se ponoříte do tvůrčího procesu výběru košil, bund, kalhot. A kdo se s nabídkou ztotožní, přichází opakovaně. Co lepšího si přát. Slovo má Jindřich Melichar, spoluzakladatel značky BUSHMAN:

Jaké jsou kořeny vašeho businessu? A jak to bylo se zrodem oděvů Bushman?

Nápad na vytvoření projektu Bushman vznikl v Austrálii v roce 1997. Tehdy jsem hodně cestoval po světě a uvědomil jsem si, že kromě spolehlivého vybavení potřebuji i kvalitní a pohodlné oblečení. V té době něco podobného v Česku chybělo, a proto jsem se rozhodl, že zkusím vytvořit vlastní oděvní kolekci.

Na většinu lidí působí značka BUSHMAN exotickým dojmem a domnívají se, že jde původem právě o australskou značku.

Ne, my od počátku říkáme, že Austrálie byla pouze inspirací. Celý projekt BUSHMAN je výhradně českou záležitostí. Oceňujeme, že značka má jisté kouzlo exotiky. To však vytvořili zákazníci sami.

Kdo tvoří dnes vaši klientelu?

Mezi našimi zákazníky najdete muže i ženy. Zcela určitě to jsou osobití lidé, kteří milují cestování, dobrodružství a přírodu. Volí kvalitní, nadčasové, a především pohodlné oblečení.



A přibývá nových stoupců vaší značky?

Naštěstí můžeme říct, že okruh našich zákazníků se stále rozrůstá. Bushman není rozhodně pouze safari móda určená pro úzkou skupinu lidí. Bushman, to je oblečení, ale i doplňky. Široký sortiment našeho zboží je nejen vhodný pro všechny typy expedic – velké cesty po Africe, dovolené u moře, ale i pro běžné každodenní nošení, třeba do práce nebo do města. Snažíme se jít svou vlastní cestou a nenechávat se ovlivnit módními trendy. Za tím, co děláme, si stojíme, a věříme, že naši zákazníci to ocení.

Oblekáte muže i ženy. Co právě ženy od vás požadují, jaká mají přání?

Do dámské kolekce vkládáme prvky ženskosti, které se odrážejí v jednotlivých střizích, snažíme se volit vhodné barvy. Ženy, stejně jako muži, oceňují přírodní materiály, ze kterých vyrábíme, ať už z bavlny, lnu a dalších.

Nepočítáte časem i s programem, minilekcí pro děti, které rády napodobují vzory, tedy své rodiče?

Určitě je to do budoucna možný koncept. V minulosti jsme si již jednorázově vyzkoušeli vyrobit speciální edici dětských triček se zvířecími potisky, které byly navíc barveny přírodními barvami, jako je hlína.

Vy sám jste na sobě zkoušel odnést každý z pánských modelů, anebo jen některé?

Za sebe mohu potvrdit, že v jiném oblečení než v oblečení značky BUSHMAN mne ne-

potkáte, a to jak v práci, tak také ve volném čase.

Nyní disponujete sítí prodejen v ČR a na Slovensku. Co je vaším dalším plánovaným krokem?

Před námi je aktuálně velká výzva, a to americký trh. Jak jsem již uvedl, nejsme klasická značka, kterou ovlivňují módní výstřelky. Oblečení a doplňky BUSHMAN se naopak vyznačují nadčasovostí, a proto věříme, že si své zákazníky najdou i na americkém trhu. Podařilo se nám zapojit do velkého projektu Meohub pod patronátem společnosti Meopta. Získali jsme tak podporu velké fungující firmy, která má celosvětové renomé. Doufáme, že tato spolupráce nám pomůže se základní orientací na americkém trhu, a především poskytne zázemí a oporu zejména v právních, logistických a administrativních službách.

Účastníte se řady projektů, spolupracujete s osobnostmi. Je to cesta vaší image? Čím vás účast na těchto projektech obohacuje?

Rádi podporujeme projekty, které dávají smysl a jsou v souladu s naší filozofií, ať už jde o projekty k ochraně přírody, cestování, či dokumentaristiku. Jako příklad mohu uvést vznikající dokumentární filmy Ve stopě předátora režiséra Steve Lichtaga nebo Archa světla a stínů režiséra Jana Svatoše. A samozřejmě nás velice nás těší, že i známé osobnosti se ve svém „soukromém“ životě oblékají do BUSHMANA.

ptala se Eva Brixi



Muž, který ví, co chce

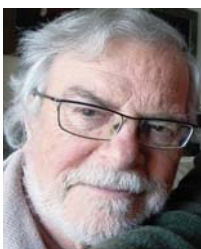
Pocta českým uzenářům

O uzeninách už zase mluví celý národ. Každý z nás je buď rád jí, dříve jedl, nebo se jim z nejrůznějších důvodů celý život vyhýbá. Všichni o nich diskutují a mají na ně svůj vyhraněný názor. Proč? Protože buřty, klobásy, pářečky, šunky a salámy tu jsou s námi už hezkou řádku let a nedají se přehlédnout. Oslovili jsme proto desítku osobností, aby si k „horkému“ tématu řekly své. A odpovědi vyzněly jako velká pocta českým uzenářům. Otázka zněla:

Jaké uzeniny chodíte nakupovat nejraději? Vybíráte spíše podle toho, co vám chutná, nebo podle nejrůznějších zásad zdravé výživy a dietních doporučení?

Jan Kačer

herec a režisér



Za války jsme neměli peníze, ale jednou za měsíc jsme v Holicích mohli jít s bratrem k místnímu řezníkovi. Vzpomínám na ty lesklé, horké, vonavé buřty, které

vytahoval z udirny. Koupili jsme tři, pro sebe a pro dědečka. Doma jsme to spořádali s půlkou bochníku jako největší delikatesu a pak se celý měsíc zase těšili na čerstvou uzeninu. Jako student jsem rád chodil na párek s housičkou do Koruny. A pak mi utkvěla v hlavě vzpomínka, jak jsem si u Anděla kupoval za dvacetník kousek chleba a namáčel si ho v té tučné šťávě z opečených párků. Na víc jsem tenkrát neměl. Slýchám občas, že uzeniny nejsou zdravé a jen se tomu směji, protože jsem takovou informaci slyšel i o másle, vajícíchách, mléce... To bychom nesměli jíst vůbec nic. Když někde přijedu, často mi doporučují výtečné uzenářské výrobky, abych ochutnal. Kvůli věku se snažím teď už těmto lákadlům odolávat. Měl jsem sestru Lilku v Anglii. Když jsem ji po 30 letech v Londýně navštívil, mluvila o domově a zavzpomínala i na kiosky s buřty s patičkou chleba na Václavském náměstí: „Projela jsem svět celý, ale takovou baštu jsem už nikde nejedla.“

JUDr. Čestmír Sajda, MBA

jednatel společnosti BIKEPROJECT



Uzeniny nekupujeme často, ale nevyhýbáme se jim. Vybírám si to, co máme rádi, a to, co se nám momentálně hodí do skladby jídelníčku. Zásady zdravé výživy

a dietní doporučení nás určitě ovlivňují – čteme složení a podobně, ale nejčastěji při výběru uzenin vítězí naše chuť na konkrétní výrobek.

Pavel Havránek

Senior Residential Development manager, FINEP



Nejraději nakupuji takové uzeniny, u kterých vím, co obsahují. Chci, aby byly vyrobeny z kvalitních surovin a bez různých umělých dochucovačů. Samozřejmě tyto uzeniny jsou zároveň i dietnější, ale není to pro mne rozhodujícím faktorem. Spíš než na dietní doporučení dám na doporučení známých.

Ing. Otto Kechner

ředitel Domu pro seniory Krč



Abych pravdu řekl, s postupujícím věkem nakupuji uzeniny stále méně. Pryč jsou časy, kdy jsme na dovolené pozdě večer vytáhli z udirny klobásy a nejmíň metr to-

čeného salámu. Příjemnou vůni jsme doplnili venkovským chlebem a na zapití podle chuti vínem nebo pivem. Místo pro něco ostřejšího se v žaludku také našlo. Ještě dnes mě to někdy popadne. Hnán nějakou nevsvětelnou touhou zajdu do krámků a dva hříchy si koupím. Na ohni ani na grilu již dávno nepeču, tak večer doma v kuchyni buřtíky nejdříve oloupu, podélně rozříznu a udělám na nich ostrým nožem husté žebrovaní. Na ježečky to já moc rád. Pak přijde na řadu teflonová pánev, kremžská hořčice a tmavé pečivo. Všechno si připravím, stolní sestavu doplním sklenicí pivečka z pet láhve. Zaříznu přesně, protože mezery mezi křupavými, tmavě červenými kostičkami se přímo nabízejí. Na sousto nahrnu hořčici, zakousnu se a očekávám tu důvěrně známou chuť. Zda se dostaví, či nedostaví, záleží na tom, jak nakupuji. Sleduji cenu, ale hlavně kvalitu, dobře vím, že ani ty nejhezčí vzpomínky nevylepší podřadnou uzeninu za pár korun.





Ing. Martin Šrámek

ředitel CZ Golf



V naší rodině, co se uzenin týče, zastáváme dva názory, obě krajní polohy. Já mám rád tvrdé salámy a párky, které mi velmi chutnají, a nehledím na to, jestli odpovídají

zásadám zdravé výživy, nebo ne. Musí být ale opravdu kvalitní, vyrobené z dobrého masa. Moje manželka Markéta si vybírá jen tu nejkvalitnější šunku. Vyhýbá se všemu, co může škodit zdraví, proto pečlivě zkoumá složení, obsah soli a „ěček“ v uzeninách.

Ing. Zdeněk Juračka

předseda představenstva
Asociace českého tradičního obchodu



O uzeninách něco vím, neb jsem mimo jiné vyučený kuchař a kdysi jsem uzeniny i vyráběl. Dnes mám jako obchodník dokonalý přehled o všech důležitých producentech, a to

včetně sortimentu i kvality jejich výroby. Kupuji tedy se znalostí věci i hodnotících kritérií. Mám oblíbeného moravského výrobce, kterého preferuji, ale rád ochutnám i produkty regionální, kde člověk nalezne inspiraci v chuti, ale i v oblasti technologických postupů. Nejsem ten typ, který uzeninu hodnotí podle výše procentního podílu, odborně řečeno, podle tzv. hlavní složky, tedy masa. Z hlediska kvality a chuti je to pro mne veličina méně podstatná než poznání kouzla a inspirace v oblasti kombinace koření a technologie zpracování.

Ing. Michal Vaněček, Ph.D., MBA

spolumajitel T-SOFT



vyšší jakosti. A když už, tak nakupujeme u Klepiše v Uhlířských Janovicích.

Vesměs se doma řídíme určitými zásadami a doporučeními, takže v podstatě uzeniny většinou vůbec nekupujeme. Jedinou výjimkou je šunka, obvykle v kategorii nej-

Ing. Josef Sléha, CSc.

ředitel projektu Česká chuťovka



Nejraději chodím nakupovat takové uzeniny, na které mám zrovna chuť nebo které mi docházejí v ledničce a jsou její trvalou součástí, jako třeba plátky šunky. Ty se dají

konzumovat jako lehká večeře jen tak s chlebem a máslem, hodí se na toasty, ale třeba i na hemenex. Proto je dobré je mít stále při ruce. Avšak před pěknými letními víkendy, kdy se chystám na chalupu, nakupuji nejraději kvalitní špekáčky, protože večerní posezení u ohně s přáteli mi nejen krásně vyčistí hlavu, ale požitkem ze špekáčků opečených na ohni na zahradě jen tak něco nepřekoná. Přiznám se, že na nějaká dietní doporučení a tzv. zásady zdravé výživy se dívám velmi rezervovaně. Za svůj život jsem jich už zažil tolik, a zcela protichůdných, že k nim ani nemám moc velkou důvěru. Řídím se spíš zdravým rozumem a tím, co mi chutná. Samozřejmě se ale snažím jíst pestrou a vyváženou stravu a v přiměřeném množství. Jíst samé uzeniny by mě ani nebavilo, zrovna jako jíst jen vegetariánskou stravu. Tělo si zkrátka samo řekne, i když s ohledem na svůj věk a hrozbu civilizačních chorob jsem se už naučil pít například kávu bez cukru, zbytečně se nepřejídat a hlídat si váhu a kondici hlavně pravidelným cvičením.

Mgr. František Kotrba

vedoucí tiskového oddělení
Ministerstva průmyslu a obchodu ČR



Musím se přiznat, že jsem již půlstoletí „masový“ typ. Nicméně naše domácí váha mi v posledních týdnech naznačila, že „cent“ je na dosah. Takže pokud uzeninu, tak

dietní šunku. Ale nemám ještě tu správnou vůli. Zrovna v neděli jsem zhřešil domácí jitrničkou, to se nedalo vydržet. Takže když to shrnu, dietní, ale občas podle chuti. Nic se nemá přehánět, ale jsme tu jen jednou.

Ing. Vít Pěkný

generální ředitel NH Car



S radostí a potěšením nakupuji jakékoliv uzeniny. Jsem totiž uzeninový fanatik. Vybírám vždy dle momentální chuti. Miluji gothajský salám, salám herkulles,

anglickou slaninu, kladenskou pečení, debrecínku. Párky, zvláště debrecínské, ani není třeba připomínat. Největší zálibu mám ale v klobásách. Skvělé si vždy kupuji na Slovensku – jsou měkké, paprikové s hodně česnekem a mírně pikantní. Kdo jednou ochutnal, už nikdy neodolá. Když je k tomu všemu dobrý chléb a kremžská hořčice, je o skvělý kulinářský zážitek postaráno. Dietologové a profesionální televizní kuchaři asi nadávají nebo pohrdají. Já si to ale vždy užívám.



Tuto anketu připravila redakce přílohy **Prosperita Fresh Time** ve spolupráci s firmou **Uzeniny BETA**. Její zástupci také vyberou nejhezčí odpověď a autora odmění hodnotným dárkem z nabídky Uzenin BETA. Jsme zvědaví, kdo to bude!

Vajíčko jako nositel **jedinečné chuti, inovací a ocenění**



Ing. Tomáš Milich, jednatel a ředitel firmy OVUS – podnik živočišné výroby, spol. s r.o., není člověkem, který by vyhledával příležitosti, jak o sobě poskytovat

nadmíru informací, i když je vynikajícím společníkem a vypravěčem a nezakázá žádnou legraci. A my, novináři, děláme pravý opak – přesvědčujeme i ty nejzarputilejší introverty, aby se dali cestou medializace, protože, jak je známo, když se o vás neví, jako byste neexistovali. A když se neprodáte, nikdo jiný to za vás neudělá.

A protože firmu OVUS – podnik živočišné výroby znám a vím, kolik nápadů, úsilí a času stálo ji postavit na nohy po převzetí do portfolia společností skupiny GASCONTROL GROUP a nastolit atraktivní výrobní program, Tomáši Milichovi jsem se nyní snažila naznačit, že už je ten správný čas, aby se o OVUSu rozkřiklo co nejvíce pozitivních informací, chvály i obdivu. Nestačí, že obdržel ocenění v prestižní soutěži Manažer roku za období 2014, ani to, že na trh dodává OVUS novinky. Výsledky jeho týmu promluvily samy za sebe i díky báječné soutěži Česká chuťovka, jíž se zúčastnila firma letos na podzim poprvé. A hned vybojovala tři ceny! Za Indiánská vejce a PICKNIC natura vejce, což jsou vajíčka vařená a šelakovaná všech přírodních zbarvení skořápky, a jako třetí to byla i cena novinářů. To není zas tak málo...

Jak to s tou Českou chuťovkou bylo?

Především jsem pochyboval, že má pro nás smysl. Jak jsem se dověděl, soutěží výrobky českých potravinářů, výrobců džemů, uzenin, piva, sýrů, pečiva. Jde tedy o výrobek, který je výsledkem určité receptury. Ale obyčejné vejce? Jak se tomu může rovnat? Cožpak někomu může chutnat ve srovnání s klobáskami, řízečky nebo svatebními koláčky?

Nakonec jste podlehl intuici a přihlásil se...

Spíše jsem to risknul. Říkal jsem si, že přinejhorším prostě neprojdeme porotou, naše vejce nezaujmu.

A pozici jsme měli opravdu těžkou. Vždyť kolik podmanivých chutí bylo k dispozici – od knedlíků až po paštiky, salámy a škvarky, mošty, piva, med... Říkal jsem si, že vejce nejsou tak výjimečnou potravinou, a navíc to není novinka, lidé je konzumují od pradávna.

Ale vyšlo to!

Byl jsem velmi překvapený, a věřte mi, že jsem to nečekal. Když jsem sám osobně porotě míchaná vejce servíroval, v duchu jsem pořád myslel na to, jestli to nebude trapas, fiasko, propadák.

A nebyl.

O to větší radost se dostavila. Náhoda? Štěstí? Pochopil jsem, že i takové soutěže učí člověka vidět věci z druhé strany. Tím, že několik let žiji jen naším oborem, dříve jsem působil jako bankovní úředník, se někdy neumím podívat na věc jinými očima. Většina souvislostí se mi jeví jako normálních, všedních, spíše kritických, než abych si uvědomil, že přidaná hodnota má i jiné podoby než ekonomické.

Při vyhodnocení České chuťovky se také u vašeho stánku v prostorách pražského Senátu, kde jste připravili velkolepou prezentaci i ochutnávku míchaných i vařených vajec, zastavovalo i mnoho novinářů. Celé odpoledne jste měl na odpovědi. I to vás muselo ujistit, že neděláte marnou práci.

Zájem redakcí byl veliký. To jsem nečekal. Samozřejmě to byla dobrá zpráva. Rád jsem každému vysvětlil, proč mají některá naše vajíčka skořápku světle modrou nebo světle zelenou či hodně temně hnědou, kde se dají koupit, a kde ve světě se servírují v nejluxusnějších hotelích. Jak je to s jejich cholesterolem a že genetický materiál pro šlechtění indiánských slepic pochází skutečně



Ing. Tomáš Milich (vlevo)

z Jižní Ameriky. Bylo to pro mne poučné. Ověřil jsem si, jak reagují kolegové potravináři, že novinářská zvědavost je pro výrobce stále povzbudivá, a samozřejmě jsem rozdál spousty vizitek. Věřím, že kontakty, které jsme si navzájem vyměnili, mohou posloužit i k obchodní činnosti. Rád bych také využil loga České chuťovky pro náš marketing.

Blíží se doba vánočních svátků, a to je pro slepice z velkochovu vypjaté období. Pro výrobce vajec ale ještě větší. Co vás nyní čeká?

Především denní dispečink v upřesňování dodávek obchodním řetězcům a dalším odběratelům. Čerstvá vejce jsou potravinou s omezenou trvanlivostí (ale i s tím jsme si již poradili, takže součástí nabídky jsou právě naše šelakovaná vejce, která vydrží uvařená 40 dní), navíc se koncem roku objednávky aktuálně korigují podle denně se měnící poptávky zákazníků.

Samozřejmě máme řadu plánů na rozšíření chovu, na genetické šlechtění nosnic směřujících k efektivnějším snáškám vajec, a mnoho inovací, které by měly vést k revolučnímu využití všeho, co s výrobou vajec souvisí.

za rozhovor poděkovala
Eva Brixí



Nejrizikovější majitelé firem jsou muži ve věku 18–30 let

Firmy mužů ve věku 18 až 30 let jsou výrazně častěji postiženy negativní událostí – exekucí, úpadkem nebo platební neschopností, než zbytek podnikatelské základny. Podíl negativních událostí klesá s věkem majitelů. Společnosti, které vlastní ženy, jsou k negativním událostem méně náchylné než firmy s mužskými majiteli. Informace vyplývají z analýzy rizikovosti firem podle věku jejich vlastníků, kterou v říjnu zveřejnila poradenská společnost Bisnode.

Negativní událostí, tedy exekucí, úpadkem nebo platební neschopností jsou nejčastěji ohroženy firmy, jejichž majitelé jsou právě v uvedeném věku. „U firem, jejichž majitelům je mezi 18 a 30 roky, jsme zaznamenali negativní událost v případě pětiny společností,“

zhodnotila studii analytička Bisnode Petra Štěpánová s tím, že s vyšším věkem vlastníků společností kontinuálně klesá množství negativních událostí. Ve věkové kategorii majitelů mezi 30 až 40 lety prošlo negativní událostí 11 % firem, u podnikatelů mezi 40 a 50 lety necelých 10 %, ve věku od 50 do 60 šlo zhruba o 8 % společností, a nad 60 let věku podíl firem s negativní událostí poklesl na 7,6 %.

„Klesající podíl negativních událostí s rostoucím věkem majitelů firem souvisí se zkušenostmi a také větší opatrností při podnikání,“ doplnila Petra Štěpánová. Firmy mužů ve věku 18 až 30 let jsou výrazně častěji ohroženy negativní událostí než zbytek podnikatelských subjektů. Exekucí, úpadkem nebo platební neschopností je postiženo 21,4 % firem, zatímco „ženské“ firmy s vlastníky ve stejné věkové kategorii negativní událost vykazují v 16,7 %.

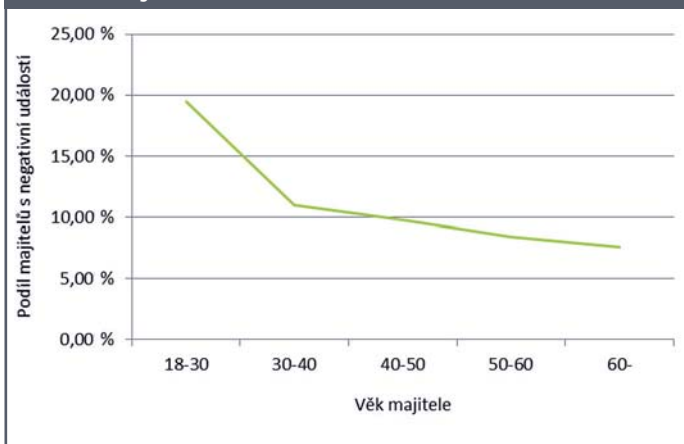
Obdobný trend lze sledovat ve všech věkových skupinách. „Statistiky Bisnode potvrzují, že ženy jsou, ve srovnání se svými mužskými protějšky,



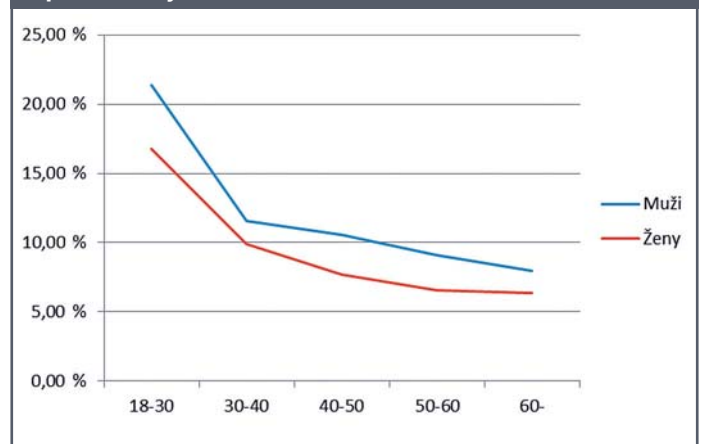
foto Freeimages

v podnikání opatrnější a nižší riziko jsou ochotny vyměnit za nižší zisky. Skokově vyšší podíl firem s negativní událostí s majiteli do třiceti let zcela jistě souvisí s nedostatkem zkušeností a nižší averzí k riziku mladší generace,“ uzavřela Petra Štěpánová. (tz)

Vztah negativní události ve firmě podle věku majitele (muži i ženy)



Vztah negativní události ve firmě podle věku a pohlaví majitele



zdroj: Bisnode

INZERCE

vitaPR

Komunikací rostete!

PR plné vitality.

www.vitapr.cz



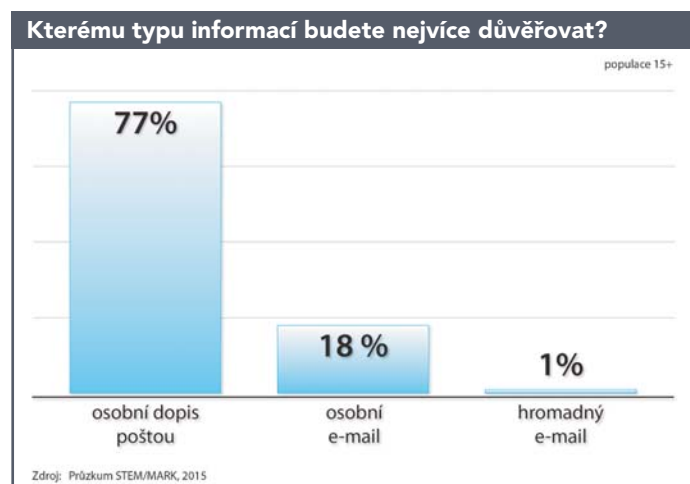
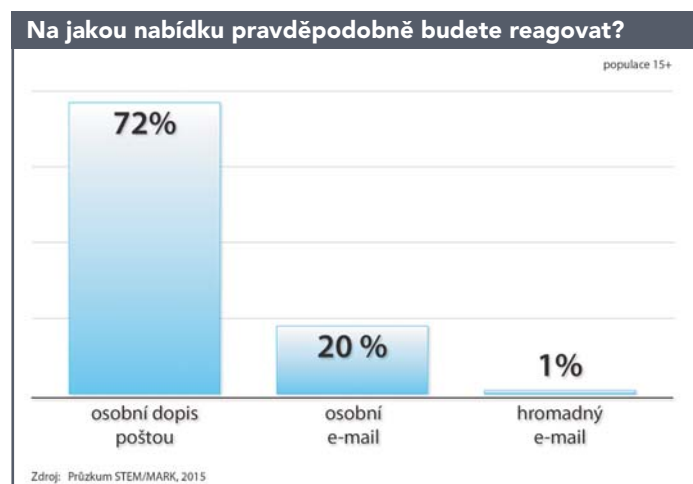
Osobní dopis patří mezi nejdůvěryhodnější formy reklamních sdělení

Fakt, že klasický dopis zasláný poštou nepatří do starého železa, potvrdil nedávný průzkum agentury STEM/MARK. Respondenti výrazně častěji čtou osobní formy komunikace, osobní dopis zasláný poštou si vždy přečtou přibližně tři čtvrtiny oslovených, na druhém místě je osobní e-mail, kterému se věnuje 40–50 procent dotazovaných. Tradiční osobní dopis zasláný poštou má podle dotazovaných největší schopnost zaujmout jako prostředek akční nabídky a je u něj také nejvyšší šance, že na něj lidé zareagují – tuto variantu uvedlo celých 72 procent dotazovaných, u e-mailů je tento počet výrazně nižší – 20 procent.

Zatímco dříve bývaly firemní obálky a celkově dopisy zasílané poštou samozřejmostí každé prosperující firmy, dnes bývají často upozadovány virtuálními formami komunikace. Z nedávného průzkumu agentury STEM/MARK však vyšlo najevo, že osobní dopis má v komunikaci se zákazníky stále své neohrožené místo. Re-

spondenti jednoznačně preferují osobní formy komunikace, z toho dopis zasláný poštou považuje za nejdůvěryhodnější 77 % dotazovaných, následuje osobní e-mail, který uvedlo 18 %, a jinou formu volí 5 %. A 7 z 10 dotazovaných také nejpravděpodobněji zareaguje na nabídku zaslou formou osobního dopisu – tuto variantu vy-

bralo celých 72 %, na osobní e-mail zareaguje pouze zhruba 20 % respondentů a jinou formu vyhledává 8 % dotazovaných. „Ač se to může zdát jako přežitek, obálka je stále silný nosič reklamních sdělení a osobní dopis hraje významnou roli budování vztahu firmy/značky a zákazníka,“ vysvětlil František Hrubý, jednatel společnosti Frances s.r.o., která se v podstatě jako jediná česká firma u nás specializuje čistě na výrobu a potisk obálek. S jeho názorem souhlasí Iva Janovská, ředitelka marketingové společnosti Ineco Partner: „Osobní dopisy a vůbec tištěné materiály směřované k zákazníkům také sdělují o samotné firmě, že jim na zákazníkovi záleží. Zvláště v dnešní době přeplněných e-mailových schránek a spamů si klasický dopis zasláný poštou opět buduje své místo v marketingovém mixu.“ (tz)



Nakupování vánočních dárků si užíváme

Letos budou Češi vánoční dárky nejčastěji vybírat na internetu a ve velkých obchodních centrech. Při výběru dárků se v 82 % nejvíce zaměřují na cenu. Většina z nich navíc přistupuje k nákupu dárků zodpovědně, s nakupováním dárků začíná 90 % Čechů měsíc nebo i dříve před Štědrým dnem. Výsledky přinesl říjnový průzkum GE Money Bank.

„Vánoční nákupy mají lidé rádi, celých 75 % z nich přiznalo, že je pořizování dárků baví,“ komentovala výsledky průzkumu Milada Franek, tisková mluvčí GE Money Bank. Češi se tradičně chystají o Vánocích utratit tisíce korun. Nejvíce přitom utratí za nákup dárků (téměř 78 % dotazovaných) a dalších 20 % vydá

nejvíce peněz na jídlo. Zbýlá dvě procenta respondentů vloží peníze na charitativní účely nebo do cestování za rodinou. Bezmála polovina Čechů (48 %) bude investovat do Vánoc do 5000 Kč. Další 39 % odhaduje své výdaje mezi 5000 Kč a 10 000 Kč a 13 % respondentů pak plánuje utratit více než 10 000 Kč. Při nákupu dárků se Češi nejčastěji rozhodují podle ceny (82 %) a rádi využijí slevu. Podle výsledku průzkumu se každý desátý Čech stává k vybírání dárků velmi zodpovědně a nakupuje je postupně po celý rok. Další třetina pak začíná s výběrem dva měsíce před Vánoci. Nejvíce Čechů (48 %) se chystá nakupovat dárky na začátku adventu. Pouze necelých 8 % shání dárky teprve týden před Štědrým dnem. Nakupování dárků na poslední chvíli je tak výjimkou, protože pouhé 1 % dotazovaných nakupuje dárky až na Štědrý den, nebo dokonce až po Vánocích.

K nakupování dárků využívají Češi nejčastěji internetové obchody (43 %), dále pak velká obchodní centra (32 %) nebo přímo specializované obchody (8 %). Ostatní nakupují dárky v supermarketech nebo hypermarketech, na vánočních trzích anebo slevových portálech či dárky vyrábějí. Důležitými aspekty při výběru e-shopu jsou pro Čechy: zkušenost s obchodem, kde dárek nakupují (52 %), reference obchodu (39 %) anebo výše poštovného (téměř 35 %). Podle průzkumu téměř 95 % lidí volí nejčastěji tuzemské e-shopy. Přesto se i u nás začíná projevit trend nákupů zboží z Asie, kterého využívá téměř desetina Čechů. Třetí v oblíbenosti jsou evropské internetové obchody (8,4 %), následují americké (3,5 %) a slovenské (2,3 %). Pouze 4,5 % respondentů uvedlo, že nikdy na internetu nenakupuje. (tz)

Nejhorší známku dali podnikatelé současné vládě za snahu o snižování byrokracie

Snaha o snižování byrokracie – to je podle českých podnikatelů oblast, ve které si současná česká vláda vede nejhůře. Ministři dostali od představitelů soukromého sektoru známku 4-.

Podobně pak podnikatelé hodnotí i úsilí vlády v oblasti podpory technického vzdělávání či vládní pokusy o stabilizaci podnikatelského prostředí. V anketě HK ČR, která se uskutečnila při příležitosti dvouletého fungování současné vlády, odpovídalo 602 podnikatelů, členů HK ČR.

„Vláda Bohuslava Sobotky se nachází v polovině funkčního období, to již považujeme za dostatečnou dobu na to, abychom se mohli podnikatelů dotázat, jak hodnotí počínání současných ministrů,“ uvedl prezident HK ČR Vladimír Dlouhý.

Podnikatelé posuzovali přínos české vlády pro zlepšování podnikatelského prostředí v šesti kategoriích: boj proti korupci, podpora exportu, podpora technického vzdělávání, rozpočtová

odpovědnost vlády, snižování byrokracie, stabilita podnikatelského prostředí.

Nejhůře dopadla vláda ve své deklarované snaze o snižování byrokracie. „Stále zůstává v patrnosti, že vstup do podnikání je v ČR překážkovým během na dlouhou trať, po dosažení cílové pásky čeká na podnikatele doslova džungle neustále se měnících zákonů, nařízeních, vyhlášek, byrokracie, nejednotný výklad právních norem, nekoncepční kontrola, a někdy i bezradnost úředníků. Zakony se novelizují i pár týdnů po jejich vstupu v platnost. Není divu, že podnikatelé tuto oblast zhodnotili v anketě nejhůře – Hospodářská komora České republiky na tuto problematiku dlouhodobě upozorňuje, nabízíme vládě spolupráci, voláme po informačním systému, který bude přehledně a na jednom místě integrovat všechny povinnosti, jejichž plnění stát požaduje po podnikatelích,“ uvedl k nej-

dramatičtějšímu bodu hodnocení vlády Vladimír Dlouhý.

Čtyřku dostala vláda od podnikatelů i za podporu technického vzdělávání, „lepší“ čtyřku pak za snahu o stabilitu podnikatelského prostředí a za vládní rozpočtovou odpovědnost. Nejlépe pak mezi podnikateli vláda dopadla v oblasti

podpory českého exportu, kde získala známku 3.

„V této oblasti se nám, myslím, daří situaci výrazně zlepšovat, a to za poměrně fungující spolupráce Hospodářské komory a státní správy. Za zmínku jistě stojí podpora exportu v podobě organizace doprovodných podnikatelských misí HK ČR – jen za uplynulý rok jich bylo 17 do 20 zemí světa. Představitel státní správy naše mise pravidelně a velmi úspěšně vedou,“ dodal prezident HK ČR Dlouhý. Celkově (průřezem všech kategorií) zhodnotili podnikatelé dosavadní úsilí vlády známku 3-.

(tz)



INZERCE



Řeznictví uzenářství Francouz, s.r.o.

firma v roce 2015 opět oceněna v soutěži Česká chuťovka

Její sortiment je zárukou ryzí kvality poctivého českého výrobce. Ochutnejte!

www.maso-francouz.cz





Na protivnou notu

Vánoce na sebe nenechaly čekat – už jsou jich plné obchody a na lidi padá místo radosti z krásného blížícího se ročního období stres z budoucí honičky za dárky až po vymýšlení vtipného programu na Silvestra. Místo abychom si užívali nostalgie padajícího listí a tajuplných mlh, v myšlenkách brouzdáme nad kalendářem a nevíme, co dřív. Naučili jsme

se žít rychle. Tak, jak nás dirigují zběsilé technologie, jež se nadřadily našemu člověčímu já. Přizpůsobili jsme business modernímu spěchu, abychom se posléze odnaučovali polykat prášky na uklidnění. Mezilidské vztahy se posunuly do tabletů a na sociální sítě. Neznáme se a nevěříme si. Myšlenky rovnáme do přihrádek a domníváme se, že jen v systému je budoucnost.

Onehdy jsem dostala virozu a začalo mne parádně bolet v krku, sotva jsem mluvila, polykat nešlo. Navštívila jsem praktickou lékařku, šla jsem si pro radu. Dostala jsem čtvrthodinové kázání o tom, že s takovými banalitami se k doktorovi dnes nechodí. Že si mám zajít do lékárny pro Paralen, pastilky a koupit něco proti kašli. Test CRP byl jasný, přes-to jsem byla označena za hysterku. Do lékařských ordinací vstupují výjimečně, čas ráda utracím jinak. Zdravotní pojištění platím, nemocenskou si neberu. Snažím se hledat radosti a být sem tam užitečná. Mám za to, že život by měl být na férovku. Lékař i obchodník stejně jako živnostník pokrývač nebo generální ředitel velké korporace by měli žít dva životy – ten svůj vlastní i ten ostatních. Pak by se v nabídce marketů neblýskaly vánoční ozdoby v říjnu a v ordinacích by pacientům neskákal tlak k výšinám.

Eva Brixi, šéfredaktorka

čtěte s námi

Češi jsou věrní zaměstnanci



Ze zjištění pracovního portálu Profesia.cz vyplývá, že Češi preferují delší čas strávený u jednoho zaměstnavatele.

Nejzajímavějším zjištěním průzkumu bylo, že více než pětina dotazovaných (21 %) považuje za ideální u jednoho zaměstnavatele setrvat více než 11 let. Nejpočet-

nější skupina respondentů (31 %) jako ideální dobu uvedla 4–6 let, což odpovídá evropskému průměru. Překvapivě nejméně početná nebyla skupina, která preferovala dobu do jednoho roku (těch bylo 15 %), ale ta, která považuje za správnou dobu 7–10 let (10 %). Pohled na „věrnost“ zaměstnavateli se ale v průběhu pracovního života vyvíjí. Největší fluktuaci vykazují absolventi těsně po škole, kteří často procházejí fází hledání, než najdou práci, která jim vyhovuje. Přispívá k tomu také realita pracovního trhu, kdy první zaměstnání lidé často přijmou proto, aby získali nějakou praxi. S věkem fluktuace klesá. (tz)

Prosperita Fresh Time

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 4, listopad 2015

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

Šéfredaktorka: Eva Brixi, e-mail: bixi@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

Konica Minolta se zaměřuje na obnovu fyzických archivů dokumentů

Tisíce archivů v České republice mají nevyhovující podmínky pro dlouhodobé uložení dokumentů. Vyplývá to ze statistik Konica Minolta, která se jako přední poskytovatel dokumentových řešení zaměřuje i na revize skladovacích prostor a modernizace archivních řádů.



foto: Freemagics

Aktuálně ukončenou zakázkou z této oblasti je kompletní modernizace archivu pro desítky tisíc dokumentů Ochranného svazu autorského (OSA).

„Potenciál pro vylepšení dokumentových archivů nacházíme zhruba u každého třetího zákazníka. Naše řešení je vhodné pro všechny firmy, úřady či instituce, kterým nevyhovuje aktuální stav uskladnění jejich listinných dokumentů. Kompletní revitalizace archivů vede ke zvýšení bezpečnosti dat, snížení chybovosti při zpracování dokumentů a zrychlení práce,“ řekl Petr Mikulec, obchodní ředitel oblasti Konica Minolta Business Solutions Czech, a dodal: „Řešení pro OSA zahrnovalo analýzu a inventarizaci veškerých uskladněných dokumentů. Zavedli jsme nový spisový řád a uskutečnili celkovou přestavbu dvoupatrového archivu.“

Významnou částí celé zakázky pro OSA bylo kompletní přebudování dosavadního archivu. Rekonstrukce zahrnovala například novou elektroinstalaci, vzduchotechniku nebo zavedení systému pro řízení odchodu vlhkosti ze stěn. Prostory nyní odpovídají požadavkům na dlouhodobou a spolehlivou archivaci všech skladovaných dokumentů.

„Součástí inventarizace dokumentů byla také jejich částečná digitalizace, chemické čištění a obnova. Zavedli jsme rovněž jednotný spisový řád, který autorskému svazu zjednoduší veškerou práci s dokumenty,“ informoval Petr Mikulec.

Kromě inventarizace dokumentů zajistila Konica Minolta také projektový a koordinační dohled nad technickými aspekty celé rekonstrukce. Nově vybudovaný centrální archiv OSA zahrnuje dvě suterénní patra o celkové rozloze 130 m². „Dispoziční úpravy a instalace pojízdných regálových systémů nám umožnily zdvojnásobení kapacity archivu a uskladnění desítek tisíc dokumentů, notovín, dobových materiálů, a hudebních nahrávek na vinylech, audiokazetách a CD, z nichž nejstarší nosič je z roku 1933. Díky tomu můžeme nyní prostory využít jako centrální úložiště pro potřeby celé budovy,“ vysvětlil Roman Strejček, představenstva OSA. Zrekonstruovaný archiv bude nyní OSA využívat pro uložení gramofonových desek, knih, smluv a všech interních dokumentů.

V rámci kontraktu s OSA provedla Konica Minolta rovněž analýzu tiskového prostředí a dodala osm multifunkčních tiskových zařízení formátu A3. Nové přístroje zajistí autorskému svazu snížení ročních tiskových nákladů o pětinu původní výše.

Moderní dokumentový archiv se správně nastaveným spisovým řádem je možné doplnit o digitalizační služby a řízené procesy elektronických dokumentů. Ty vedou k dalšímu zefektivnění práce a finančním úsporám. „S řešením revitalizace archivu jsme oslovili již desítky zákazníků po celé České republice. V několika případech nyní také jednáme o rozšíření této služby právě o zavedení správy elektronických dokumentů a jejich provázání s fyzickým archivem. Naším zákazníkům to přinese další usnadnění vyhledávání a neustálý přehled o pohybu jednotlivých dokumentů,“ doplnil Petr Mikulec. (tz)

Češi se přestávají bát „jít za lepším“

Časté změny pracovních pozic se v tuzemsku příliš „nenosí“. V průměru mění Češi zaměstnavatele jednou za osm let, během produktivního života tak vystřídají tři až čtyři zaměstnání. Rok 2015 a největší nabídka volných pozic za posledních šest let však jejich chování mění. Češi se přestávají bát nezaměstnanosti a odcházejí za lepšími podmínkami. Kolem 66 procent lidí uvádí jako důvod změny zaměstnavatele nízký plat.



kresba Freeimages

Míra nezaměstnanosti v Česku je nejnižší od roku 2008 a u zaměstnanců se zvyšuje zájem o nové příležitosti i ochota změnit kvůli nim zaměstnavatele. „Důvodů k opuštění dosavadního zaměstnání je hned několik. V první řadě je to výše platu, o přidání si přitom dokáže říct jen třetina pracovníků. Pro 40 procent lidí jsou také důležité vztahy na pracovišti. I takové problémy, jako jsou pomluvy kolegů, podceňování nebo zadávání nesplnitelných úkolů mohou být důvodem ke změně zaměstnavatele. Kolem 40 procent zaměstnanců se snaží problém vyřešit s nadřízeným, druhým nejčastějším řešením je výpověď,“ uvedla Olga Hyklová, majitelka a výkonná ředitelka společnosti AC JOBS. Práci mění častěji mladí lidé, starší mají tendenci setrvat na své aktuální pozici. Téměř 70 procent lidí do 24 let uvažuje o změně zaměstnání. „Zejména mladí lidé opouštějí své zaměstnavatele ve chvíli, kdy cítí potřebu posunout se v kariéře a stávající firma jim to ne-

umožňuje. Právě mladí lidé jsou v případě nezaplnění představ o pracovní pozici často netrpeliví a zbrklí. Patří také do skupiny zaměstnanců, která zaměstnavatele mění nejčastěji,“ upozornila Olga Hyklová. Vedle platu, kariérního růstu a vztahů na pracovišti si Češi potrpí na benefity. Pro každého pátého Čecha je v práci důležitý třináctý plat. Ten letos svým zaměstnancům vyplatí 47 procent velkých podniků, před pěti lety to bylo jen 32 procent firem. „Během přijímacích pohovorů Češi benefitům stále nepřikládají přílišnou váhu, primárně je zajímá výše platu. Při změně zaměstnavatele je ale důležité porovnat všechna pro i proti. Kariérní postup a s ním zpravidla spojené lepší finanční ohodnocení jistě představují důležité faktory, lidé by ale měli porovnat i benefity, které nový zaměstnavatel nabízí. Snadno se totiž může stát, že vyšší plat je vykoupěn menšími výhodami,“ rekla Olga Hyklová.

Jednoznačným důvodem pro změnu zaměstnání je ohrožení zdraví. Přes 40 procent zaměstnanců se bojí následků pracovního úrazu, třetina Čechů trpí syndromem vyhoření. „Tento syndrom je velmi zálužný, nepříjde ze dne na den, vkrádá se pomalu a dlouhodobě, až najednou člověk zjistí, že je stále unavený, vyčerpaný, ztrácí zájem, výkonnost, dostaví se nespavost, neurózy. Syndrom se týká především specialistů, kterých je na trhu nedostatek, a vedoucích pracovníků, kteří velmi často pracují přesčas. Podstatné je těmto projevům předcházet rozumným rozložením pracovních činností, udělat si čas na sebe, rodinu, koníčky i odpočinek. Mnozí zaměstnavatelé svým manažerům či zaměstnancům s velkým tlakem na plnění úkolů poskytují různé wellness pobyty, ozdravné pobyty nebo jim umožňují čerpat dovolenou či volno nad stanovený zákonný rámec,“ doplnila Olga Hyklová. Pokud už se člověk rozhodne zaměstnání opustit, měl by to dobře zvážit. „Nabídka volných pracovních míst sice stoupá, koncem září jich zaměstnavatelé prostřednictvím úřadu práce nabízeli přes 100 000, stále však na jedno pracovní místo průměrně připadá 4,1 uchazeče. Určitě není dobré odcházet z minuty na minutu. Vždy je důležité informovat se o volných pozicích v daném oboru a sledovat nabídky práce v kraji. Například v Bruntále na jedno volné místo připadá 17,3 uchazeče, v Ústí nad Labem je to 15,9 a Karviné 14 lidí. Velká poptávka je po technických profesích od nízkých pozic až po top management. Především jde o specialisty z oborů strojírenství, elektrotechniky, automobilového průmyslu nebo informačních technologií,“ uzavřela Olga Hyklová. (tz)

Klobásky, salámky, silvestrovské potěšení – něco pro mlsouny

Nedělejte, že neslyšíte tajemný hlas blížících se vánočních svátků. I když nyní nemáte času nazbyt a snažíte se stihnout nestihnutelné a vaše společnost prožívá zase „konec světa“, měli byste mít jasno o firemních dárkách.

Možná patříte k těm, kteří právě tuto milou nezbytnost řeší až na poslední chvíli, a najednou nevíte, co vlastně vybrat. Fantazii se však meze nekladou, a to vy dobře víte. Jednou to byly slavnostně zabalené vánočky, jindy sada exkluzivních čokolád, potom balíček voňavých čajů. Co letos? Mohlo by se hodit něco pikantního, co zejména kolem Silvestra přinese ten největší užitek. Třeba balíček klobásek nebo trvanlivé salámky s ořechy? Nebo vkusně naaranžovaná šunka? Případně od všeho kousek? Uzeniny BETA to mohou zvládnout za vás. Zdejší obchodní oddělení ví, čím obdarovat obchodní přátele, kamarády, management, zaměstnance. Nebo také tchána, dědečka, nejlepšího přítele. Přání jsou od toho, aby se plnila. Firma Uzeniny BETA má s takovými dárkovými balíčky řadu zkušeností. Stačí se ohlásit, sdělit svůj záměr a pak už jen netrpelivě čekat. Dárkové balíčky třeba právě s vysoce jakostními uzeninami jsou praktické, milé a voňavé, a patří k zimmím měsícům více než k měsícům jiným. Opravdové, dřevěné prkénko s vaším logem nebo přáníčkem či sloganem může později udělat spousty parády a zůstat jako milá vzpomínka na uplynulý rok. (rix)



www.uzeninybeta.cz

Třetina Čechů trpí bolestmi pohybového aparátu, protože...

Onemocnění pohybového aparátu je jedním z nejčastějších problémů, se kterým se Češi vydávají do lékařských ordinací. Podle statistik trpí degenerací dolních končetin až sedmdesát procent lidí nad čtyřicet let. Za narůstající problém může podle odborníků sedavé zaměstnání, nedostatek pohybu, ale i špatná obuv.

Ze statistik Institutu preventivní rehabilitace (IPREA) vyplývá, že více než třetina českého obyvatelstva dlouhodobě trpí bolestmi zad, krční páteře, ramen, kyčlí nebo kolen. Za hlavní příčinu těchto zdravotních problémů odborníci považují současný životní styl. „Máme čím dál méně pohybu a ochablé svalstvo. Lidé navíc v práci celý den sedí, častěji trpí obezitou a problémy neřeší zavčas,“ vyjmenoval možné důvody zdravotních obtíží lékař a odborný konzultant LR Health and Beauty Pavel Hanzelka. Deformace nohou a bolavá záda navíc v posledních letech trápí čím dál mladší lidi. Jedním z hlavních důvodů je fakt, že neumí zvolit vhodnou kvalitní obuv. „Především ve městech je problémem tvrdá dlažba. Nekvalitní obuv neumí nárazy na ni tlumit. Dnes proto už i mladí lidé musí řešit takové problémy, jako jsou vboče-

né palce, kladívkové prsty či ploché nohy. Když navíc nevhodně zvolí podpatek a přetíží přední část klenby, zadělávají si na celoživotní problémy,“ podotkla Iva Macháčková, výhradní distributorka značky dámských bot Tamaris v České republice.

Právě vhodně zvolená obuv může řadě potíží předcházet. Kvalitní boty pozitivně ovlivňují funkčnost chodidel, napomáhají správnému držení těla a posilují pánevní svalstvo. Pokud už člověk obtíže zaznamená, měl by jako doplněk k vhodným botám zvolit například ortopedické vložky. „Dnes mají zákazníci k dispozici nepřeberné množství vložek, které se liší tvarem i materiálem. Podle typu a závažnosti problému si mohou zájemci pořídit vložky vkládací, ortopedické sériové či na míru, z kůže, bambusu či pěny. Ať už zvolí jakékoliv, ohlídat by si měli především to, zda vložka drží nohu ve správném postavení,“ upozornil Jakub Kraus ze společnosti BNS Trade, která v tuzemsku nabízí paletu doplňků pro obuv. Podle něj se v současnosti zvyšuje počet lidí, kteří se o zdraví svých chodidel zajímají. „V letošním roce si například vložky značky Bergal koupilo o 30 % více zájemců než vloni. Nejčastěji lidé nakupují vložky určené pro ploché nohy. Rostoucí zájem je i o zdravotní pomůcky a vložky pro vbočené palce a pro podporu při přílišném



došlapu na patu a tvorbě ostruh,“ popsal Jakub Kraus.

Lidé trpící bolestmi kloubů, kyčlí či páteře by měli do své životosprávy zařadit i pravidelné cvičení. Pomoci mohou kromě zdravotních cviků i jóga či pilates. Existují také cviky zaměřené přímo na uvolnění přetížených svalů a vazů na chodidlech a posílení nožní klenby. „Na protažení funguje střídavě propínat a přitahovat špičky, roztahovat prsty od sebe, střídavě přenášet váhu na paty a špičky. Koordinaci a zpevnění svalů zlepšuje zvedání a přenášení oblázků pomocí prstů na nohou,“ uzavřel Pavel Hanzelka. (tz)

INZERCE

BIKETOWER

V Hradci Králové před OC Futurum

od listopadu 2015 v provozu další

parkovací cyklověž **BIKETOWER**

www.bikeproject.cz



INVESTOR:
Aspira Invest s.r.o.



MINISTERSTVO
PRO MÍSTNÍ
ROZVOJ ČR

Projekt „Zařízení na parkování kol v Hradci Králové“ byl pořízen za přispění prostředků státního rozpočtu České republiky z programu Ministerstva pro místní rozvoj ČR.

Vítejte v cyklistické
budoucnosti.