

duben 2016

fresh[®]
TIME
PROSPERITA

Osobnosti tohoto vydání:

Ivo Gajdoš

Pavel Pastorek

Petr Dobrý

Miroslav Motyčka

Leo Kolečkář



Ivo Gajdoš

**Skromní a pokorní pokušitelé
svého vlastního osudu**

rozhovor na straně 2

Skromní a pokorní **pokušitelé** svého vlastního osudu



Ing. Ivo Gajdoš

MANAŽER ROKU

Co napsat o těch, kteří prošli sítím přísných kritérií prestižní soutěže MANAŽER ROKU? Těžko se hledají slova, protože publicita této neobyčejné soutěže je velká a zájem médií roste. Osobnosti, které získaly titul Manažer či Manažerka roku anebo se stali vítězi jednotlivých kategorií, jsou vzory pro mnohé z nás. Jsou to ti, kteří pracují s nebývalým nasazením, chutí, radostí, touhou měnit svět a dělat dobré

věci. Jsou to ti, kteří myslí v širokých souvislostech, jsou to vizionáři, zpravidla skromní a pokorní pokušitelé svého vlastního osudu. Vyhlášovatelé soutěže (letos se odehraje již 23. ročník), která vyloží své trumfy na stůl letos 21. dubna v Praze, je Svaz průmyslu a dopravy ČR, Konfederace zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR a Česká manažerská asociace, která je také organizátorem. Jeho výkonného ředitele Ing. Ivo Gajdoše jsem vyhledal k rozhovoru:

Se spoustou oceněných se znáte osobně. Jak byste je charakterizoval?

To není jednoduché. Určitě by nestáli o to, aby se o nich mluvilo jen v superlativech. Jsou to především lidé nadmíru skromní, kteří často ani nedoceňují význam toho, co již dokázali. Jsou to lidé plní nápadů, houževnatosti, lidé vytrvalí, veselí, se smyslem pro humor. Mne osobně na nich přitahuje neuvěřitelné množství energie, kterou mají a s níž jdou den co den do boje, často až s větrnými mlýny. Obdivuji jejich nezměrný optimismus nebo fakt, že se nebojí rizika, snaží se formulovat požadavky dneška a promítat je do praxe. Dokáží zvládnout tíži zodpovědnosti, která k jejich manažerskému řemeslu patří.

Jmenovaná soutěž si za ty dvě desítky let svoji prestiž budovala postupně, dnes je z hlediska pravidel, podle nichž probíhá, nejpropracovanější disciplínou na konkurenčním poli. Co je především jejím cílem?

Vyhledat, objektivně a nezávisle vybrat a pomoci zviditelnit nejlepší a nejvýznamnější šéfy firem, talenty managementu. Cílem je i diskuze o metodách jejich práce, anebo napomoci tomu, aby byli ještě více vnímání odbornou i širokou veřejností. Zkrátka, aby se o nich vědělo a aby si ostatní jejich nasazení a výsledků vážili. Tito lidé dokáží inspirovat, nadchnout, otvírat srdce. Hovoří se o práci s talenty, o úplně převratných metodách řízení firem, hledání cest spolupráce

mezi odvětvími, která spolu zdánlivě nemají nic společného, mezi konkurenty, soukromými subjekty a státem. Kritériem je také vztah nominovaného člověka k světové udržitelnosti a společenské odpovědnosti, jejichž byla ČMA svým způsobem prvním propagátorem u nás. Společenským a etickým posláním soutěže je pak přispět k rozvoji elity českého managementu. Invence a strategické myšlení, etika a korektnost, um získat spolupracovníky pro jednotlivé projekty, to jsou další prvky, které je dobré vnímat. Chceme poukázat na to, že by si celá naše společnost, včetně vládních činitelů, měla fundovaných manažerů vážit a naslouchat jim. Jejich zkušenosti jsou jedinečné. Uvažují v kontextu i nadhledu, jsou to špičkoví odborníci.

Při setkávání těchto výjimečných lidí se debaty často dostanou na bariéry v podnikání z pohledu manažerů...

Není se čemu divit. I z ankety, kterou jsme uskutečnili mezi letošními finalisty soutěže, vyplynulo zcela jednoznačně, že hlavní bariérou podnikání je u nás nestabilní legislativa, její časté změny a stále nekvalitní právní prostředí, včetně nedostatečné vymahatelnosti práva. Tak to vidí třetina oslovených, a to je hodně. Odborníci uvedli, že zákon o dani z příjmů byl novelizován skoro 150krát, zákoník práce od roku 2006 zaznamenal 40 novel.

Jaký mají současní manažeri vztah k vzorům z businessu?

Vyjdu-li ještě jednou z naší ankety, mohu potvrdit, že zjištění to jsou velmi zajímavá. Dlouhodobě dominuje Tomáš Baťa. Ale letošní anketa zaznamenala nový trend, tedy odklon od historických vzorů k úspěšným a schopným současníkům. Jistě povzbuzující je zjištění, že dvě třetiny manažerů v ČR považují za vzor někoho ze svých současníků. Specifikou je tedy vysoký počet těchto vzorů, který obsáhl více než 40 osobností. Nejvíce je zmiňován Petr Kellner a Andrej Babiš obdobně jako úspěšní účastníci soutěže MANAŽER ROKU, třeba Zbyněk Frolík, Lubomír Stoklásek, Jiří Hlavatý, Bořivoj Frýbert, Vladimír Kolář, Zuzana Ceralová Petrofová, Pavel Kafka, Vladimír Feix, Jan Rýdl, Jaroslava Valová nebo Pavel Kysilka. Zmiňování jsou i manažeri, kteří byli či jsou ve vedení Svazu průmyslu a dopravy ČR jako je současný prezident Jaroslav Hanák nebo Jiří Cienciala. Menší část manažerů uvedla za své vzory kolegy z práce či svého otce.

rozhovor připravila Eva Brixí

CHCETE UŠETŘIT? JEZDĚTE NA CNG!



- stlačený zemní plyn CNG je nejlevnější pohonná hmota – 18 až 19 Kč/m³ včetně daní (1 m³ CNG energeticky odpovídá 1 litru benzínu)
- náklady na 1 km jízdy u osobních a malých užitkových vozů od 1,00 do 1,30 Kč
- u CNG se nejedná o přestavby, ale o továrně vyráběná vozidla
 - plnohodnotný zavazadlový prostor
- s kartou CNG samoobslužně natankujete rychle a nonstop
- aktuální informace (ceny, mapa stanic, nabídka vozů, novinky) sledujte na webových stránkách www.cng.cz
- RWE je provozovatelem široké sítě stanic CNG a největším prodejcem CNG v ČR

Aby bylo slovo úspěch povzbuzením



Ing. Pavel Pastorek

Rozhovor s Ing. Pavlem Pastorkem, předsedou představenstva Templářských sklepů Čejkovice, vinařského družstva, jste u nás mohli číst hodně. Zcela určitě proto, že bylo vždy o čem psát. Což je důležité. Je to důkaz o mimořádných výsledcích, čínorodosti i názorech tohoto muže, a vlastně celého týmu, který vede. Myšlenky, které přinášíme tentokrát, navádí k četbě mezi řádky. Terčem je i slovíčko úspěch, který se u nás často neodpouští, místo aby byl příkladem pro ostatní, zdrojem poznání a optimismu. Ten však k družstvu zkrátka patří a zcela po zásluze. Dovedl ho až k významnému výročí. Letos slaví Templářské sklepy 80. narozeniny. Pavlu Pastorkovi patřily i následující otázky:

Letošní rok je pro Templářské sklepy, vinařské družstvo, výjimečným. Slavíte 80 let existence. Co všechno k tomuto výročí chystáte?

Ano letošek je pro nás opravdu výjimečný. V roce 1936 bylo v naší vinařské obci založeno vinařské družstvo, jehož další činnost je spojena s podporou vinařství nejen v samotných Čejkovicích, ale i v okolních obcích, kde družstvo zřizovalo pobočné závody – filiálky na výkup hroznů. Tyto hrozny byly dále zpracovávány v areálu historických Templářských sklepů, ve kterých víno zrálo a z nichž bylo nakonec prodáváno. Původní vinařské družstvo hospodařilo do roku 1952, kdy byl jeho majetek postupující socializací znárodněn.

Naštěstí nástupnické státní organizace zde dále pokračovaly ve výrobě vína a to až do začátku roku 1994, kdy se do prostor tohoto vinařského subjektu vrátilo námi obnovené vinařské družstvo.

Takže k letošnímu jubileu osmdesáti let od založení naší společnosti připravujeme slavnostní vzpomínkovou akci, a to na 18. červen, která bude doplněna i výstavou současné moderní techniky pro obdělávání vinic a zpracování hroznů. V samotných historických sklepech bude v předstihu instalována výstava dokumentů z doby založení vinařského družstva a dále z období jeho úspěšné hospodářské činnosti. Pochopitelně v souvislosti s tím bude možná ochutnat naše výborná výběrná vína.

Milníky historie jsou okamžiky, na které lidé rádi vzpomínají. To se vám osobně nejvíce zapsalo do paměti?

Nezapomenutelné mám zážitky z období privatizace, tedy začátku devadesátých let, kdy jsme v únoru 1992 zaregistrovali na Krajském soudu v Brně obnovené vinařské družstvo a já jsem předkládal tehdejší mezirezortní komisi pro privatizaci konkurenční privatizační projekt. Tento se podařilo obhájit a začalo „další kolo privatizačních peripetií“ – a to z důvodu zájmu některých privatizačních skupin o historické Templářské sklepy. Je téměř s podivem, že se nám podařilo uspět v tomto souboru, kde na druhé straně stáli mnohdy právníci zastupující tyto zájemce... Dovolím si poznamenat, že zážitky z této doby by vytvořily zajímavou předlohu minimálně pro film, když ne přímo pro televizní seriál...

Můžeme se těšit na nějakou zvláštní edici vína právě k 80. narozeninám?

Určitě! Protože se na toto výročí připravujeme již delší dobu, tak jsme vybrali jednu partii bílého vína, odrůda nechť je zatím utajena, která bude označena zvláštní známkou symbolizující 80. výročí založení družstva.

Určitě je dobré připomenout, že pod vaším vedením družstvo získalo věhlas a úspěchů je dnes nepočítaně. Čeho si sám ceníte nejvíce?

Obnovené vinařské družstvo působí od začátku roku 1994 v areálu Templářských sklepů, jehož součástí jsou další provozy – od příjmu a zpracování hroznů, přes uložení a zrání vína až po jeho konečnou finalizaci. Je opravdu spousta momentů za těch více jak dvacet let prožitých v pozici představitele této společnosti, na které se nedá zapomenout. A to již přes zmíněnou privatizaci, přes ne zrovna jednoduché začátky, kdy jsme museli sami řešit mnohdy nepředstavitelné problémy, které se najednou před námi objevily. Zvláště dobrý pocit mám z toho, že jsme dokázali doslova z ničeho: jedno sto členů vložilo po tisíci korunách a s tímto „kapitálem“ jsme pořídili a hlavně vybudovali firmu, která je považována za jednu z největších vinařských společností v České republice.

Také jste byl třikrát ohodnocen v soutěži MANAŽER ROKU. To není malý počet vítězství. Svědčí o vašem manažerském umění. Plyne z toho otázka: jak být dobrým manažerem? Existuje na to vůbec odpověď?

Ano, úspěchy našeho vinařského družstva nezůstaly utajeny, všimli si jich i jiní a výsledkem byla mimo jiné i trojí nominace mojí osoby do soutěže MANAŽER ROKU. Zde jsem pokaždé



zvítězil v dané kategorii, což je v komoditě vinařství dosud osamocený úspěch. Přiznám se, že neznám odpověď na vaši otázku. Mojí zásadou bylo a je dělat všechno pořádně, nebát se řešení složitých a náročných úkolů a toto neodkládat. Ale na co nejvíce spoléhám, to je zdravý selský rozum, díky tomuto myšlení jsem se nebál přijmout zásadní rozhodnutí při otázkách rozšiřování firmy, nákupu vinic a na toto navazující další problémy. Také jsem se ale přesvědčil o neskutečné závislosti a snaze poškodit a znemožnit jak firmu, tak i moji osobu... Asi je to daň za úspěch...

Dnes Templářské sklepy obhospodařují rozsáhlé vinice, a ještě k tomu vykupují hrozny od stovek pěstitelů. O čem to vypovídá?

Naše vinařské družstvo každoročně zpracuje asi 5,5 až 8 milionů kilogramů hroznů. Pro jednoduchou představu je to asi 1100 až 1600 vel-

kých traktorových vleků, každý s nákladem 5000 kilogramů hroznů. Situace je o to náročnější, že také vykupujeme hrozny od menších pěstitelů, takže vystavujeme v průměru více než 2000 výkupních dokladů. Navíc je vše soustředěno do období tří měsíců. Toto představuje neskutečné pracovní nasazení a především zvládnutou organizaci práce navíc v podmínkách proměnlivého podzimního počasí. Jsme jediným vinařským závodem v České republice, který v takovém rozsahu pomáhá menším pěstitelům vinic efektivně zužitkovat jejich úrodu.

Doufám, že nastoupená cesta, kterou jsme ušli od obnovení vinařského družstva v roce 1994 do těchto dnů, nás povede nejen k vyřešení dalších zadání a úkolů stojících před námi, ale projeví se i v myšlení a chování mnohých lidí v našem okolí, pro které slovo „úspěch“ bude povzbuzením jich samých, a ne pouze zámkou k závisti...

ptala se Eva Brixi



Značka Mogul je na trhu motorových olejů nejznámější

Až dvě třetiny českých motoristů si v souvislosti s termínem „motorový olej“ spontánně vybaví značku Mogul. Řidiči Mogul považují za produkt s výbornými vlastnostmi, který je doporučovaný profesionálními závodníky. Jeho vysoké oblíbené také nahrává dobrá dostupnost na trhu. Tyto údaje vyplývají z výzkumu mezi uživateli motorových olejů, který realizovala společnost GfK.

„Jak data ukázala, při výběru motorového oleje zohledňují zákazníci více atributů, především se pak řídí technickými parametry oleje nebo poměrem mezi cenou a kvalitou oleje. V tomto ohledu nabízí Mogul zákazníkům širokou škálu produktů, v čele stojí motorové oleje řady Mogul Extreme, které odpovídají nejvyšším nárokům na výkonnost a které jsou testovány v závodech rally,“ řekl Marek Gładysz, generální ředitel společnosti Paramo.

Výsledky průzkumu také ukázaly, že řidiči nejvíce důvěřují motorovým olejům, které byly vyrobeny v České republice, s menším odstupem těm pocházejícím ze západní Evropy. Oleje Mogul se přitom kompletně vyrábí v tuzemsku, stejně jako jejich obaly a etikety. Tuto značku považují řidiči za prémiový motorový olej, s nímž si motoristé nejvíce asociují využití v závodních autech. „Povědomí o oblíbené Mogulu závodními jezdci má až 30 % oslovených. Fakt, že jej používají závodníci v motosportu, je pro velkou většinu řidičů známkou vysoké kvality,“ dodal Marek Gładysz.

Společnost Paramo je dlouhodobě aktivní v oblasti motorsportu. Jde zejména o Mogul Racing Team, kde již téměř deset let firma spolupracuje s jedním z nejúspěšnějších českých rally jezdců Romanem Krestou. Na něj nyní navazuje spolupráce s mladým nadějným rally jezdce Janem Černým. Dále je to podpora a spolupráce s jednotlivými závody rally (Šumava Rallye Klatovy, Barum Czech Rally Zlín, Bohemia Rally Mladá Boleslav a Rallye Český Krumlov). V rámci Ral-

ly Dakar spolupracuje Paramo s týmem Barth Racing, jehož hlavní osobností je David Pabiška a KM Racing Martina Macíka. V rallycrossu podporuje mistra Evropy Romana Častoralu. Ollie Roučková reprezentuje značku Mogul na čtyřkolkách. Všechny závodní týmy spojuje to, že používají ve svých závodních strojích oleje Mogul z produkce pardubického Parama.

Dalším z klíčových atributů pro úspěch motorového oleje na trhu je podle průzkumu také dobrá dostupnost produktů na trhu. Motorové oleje Mogul se přitom mohou opřít o širokou distribuční síť, kterou reprezentuje například síť čerpacích stanic Benzina, ale i další čerpací stanice. Dále lze oleje Mogul zakoupit v sítích supermarketů, u prodejců autodoplňků, ve specializovaných prodejnách a u autorizovaných dealerů společnosti Paramo. Stále významnější roli sehrávají i specializované e-shopy na oleje i vlastní e-shop www.mogul.cz.

Se značkou Mogul se motoristé setkávají od roku 1927 a za tuto dobu se stala synonymem kvalitního motorového oleje. (tz)

Odpovědět si musí každý sám

Na jedné z mnoha tiskových konferencí, jimiž jsem nedávno prošla, jsem potkala Petra Dobrého. Usmíval se a byl jaksi nad věcí. Na první pohled pohodář. To mi bylo divné. Prohodila jsem s ním pár slov, ale vizitky jsme si nevyměnili. Pak jsem se začetla do jednoho propagačního materiálu, který nám organizátoři dali do tašky, a posléze jsem otevřela jeho webovky. A získala jsem informace, které mne zaujaly. Nebyly jen o racionální, přítomna byla i vlna emocí. Dokonce jsem začala uvažovat o tom, co bych si z nabídky zelenadomacnost.com chtěla koupit. Především jsem si však neskromně připustila, že jsem porozumněla filozofii Petra Dobrého. Pak jsem ho vybědla k rozhovoru:



Petr Dobrý

Na jednom letáčku máte slogan: Zahrada, místo kde to žije. Skoro bych to ještě doplnila: Kde se nám chce žít a kde umíme žít... A máte pravdu – lidé se zhlédli v betonových chodničkách, sekačkách, ozdobných monolitech „šutrů“, záhonky se vysypávají štěrkem místo toho, aby v nich prudce voněly kytky mezi plevelem. Jako bychom úpravy městských parků zanášeli i tam, kde má být tak trochu naše vlastní divočina...

Myšlím, že vina není ani tak v lidech jako spíše v módních trendech a zahradních firmách, které se tomu trendu přizpůsobily. A tak lidé mají pocit, že nějaká trochu přírodní zahrada s alespoň kouskem louky, původními českými keři a stromy je něco pracného. Přitom nic není dále od pravdy. A tak obvykle vládne anglický trávník, což je paradoxně to nejpracnější, co na zahradě můžete mít. Musíte zalévat, jedenkrát týdně sekat, hnojit, likvidovat plevel atd. Nic z toho se v přírodně zachovalé zahradě dělat nemusí, a dokonce nemá. I louka se poseká jen dvakrát třikrát ročně. Přitom když přijdou lidé na naši přírodní zahradu, tak obvykle sami řeknou něco ve smyslu: „Jé, takovou zahradu měla moje babička, tam jsem strašně rád jezdil...“ Dnes si namlouváme, že děti potřebují na zahradě sterilní trávník, jenže ony si mnohem raději hrají na schovávanou v keřích nebo třeba právě někde na louce s remízky. I proto tak často vidíte na zahradách trampolíny. Ono taky: co dělat na zahradě, kde je jen tráva a u plotu tůje...

Soused si onehdy stěžoval – zase nebudou meruňky ani jablka, včel je čím dál méně. Málokdo si to uvědomuje, ale opylovači nám zajišťují živobytí. Váš ekologický program na to myslí. Prodáváte domečky pro včely samotářky i čmeláky. Je o ně zájem?

Ano, lidé si začínají uvědomovat, že je něco špatně. Ubývá ptáků, opylovačů a většiny divokých zvířat. Na vině je přeměna krajiny, z které jsme udělali monokulturní lány a lesy plné smrků a rozparcelovali ji sítí dálnic a silnic. Lidé to cítí, ale neví, co s tím oni sami mohou

udělat. My proto říkáme, že každá zahrada, ale i balkon nebo alespoň parapet může být taková malá Noemova archa pro zvířata kolem nás, do

doby, než většinová populace dostane rozum. A třeba opylovačům udělá radost bylinkový záhonek, nepoužívání chemických postřiků, ale samozřejmě i prostor, kde najdou bezpečí pro založení hnízda a nové populace. Ne každý dnes má čas na chov včel medonosných, ale včelky samotářky, ale i čmeláci jsou velmi ne-

A tak jsem si řekl dost a dal si za cíl dělat už jen věci, které mi přijdou smysluplné a užitečné.



nároční tvorečkové a po umístění domečku a případně osazení čmeláčí královnou se už jen můžeme těšit z pozorování jejich úžasného a zajímavého života. Je to ohromný relax a uspokojení, a proto zájem o tyto výrobky rok od roku roste. Nás to těší nejen proto, že jsme obchod a zvyšuje nám to obrat, ale hlavně proto, že víme, že obvykle tito lidé začínou třeba s pomocí opylovačům, ale pak se snaží něco udělat i pro další užitečné živočichy kolem sebe a z té jejich zahrady a zahrádky se postupně opravdu stává ta Noemova archa.

Kdysi jste působil ve velkém světě mocného businessu. Posléze jste se rozhodl jít vlastní cestou, založil jste s manželkou e-shop zelenadomacnost.com, jako by navzdory všemu, jaká potěšení skýtá svět globálních velikanů. Byl to útek? Nebo touha vejít do úplně jiného prostředí?

Já nevím, jestli je bussines mocný, někdy mi přijde, že je spíše bezmocný a jen se tak snaží tvářit. Vždy jsem se zajímal o přírodu, a nastala chvíle, přestože jsem pracoval ve firmě, která nebyla až tak neekologická, kdy jsem si nemohl před sebou obhájit, že se na jedné straně ve svém soukromém životě snažím chránit přírodu a na druhé straně ze své pozice ředitele prodeje a marketingu musím lidi nutit prodávat více výrobků, které přírodě nijak nepomáhají. A tak jsem si řekl dost a dal si za cíl dělat už jen věci, které mi přijdou smysluplné a užitečné. Kolegové manažeři si klepali na čelo a kladli mi otázky typu, jak velký je trh, ko-

lik lidí bude takové výrobky pro přírodu kupovat a podobně. Jenže já si žádné analýzy nedělal, prostě jsem chtěl pomáhat takto přírodě a potkávat se s těmi, kteří to cítí podobně. I proto se hodně věnuji nejen prodeji, ale osvětě a charitě. Zhruba pět procent z obrátu naší firmy věnujeme několika neziskovým organizacím. Prostě raději věnuji peníze na smysluplné projekty než na reklamu.

Co vás vlastně nasměrovalo k přírodě?

Těžko říci, vždy jsem ji měl rád. Hlavně zvířata. V opojení po pádu komunizmu jsem se vrhl do bussinesu, ale obloukem jsem se k přírodě a ve snaze jí pomoci vrátil. Ale té bussinesové dvacetileté odbočky nelituji. Přinesla mi mnoho zkušeností, které teď mohu využít v našem obchodě. Třeba to, že mnohem důležitější, než všechny ty analýzy, strategie a studie je starý dobrý selský rozum. Hodně sázím také na tzv. společenskou odpovědnost firmy. Snažíme se být féroví a otevření k zaměstnancům, obchodním partnerům a samozřejmě i našim zákazníkům.

Té bussinesové dvacetileté odbočky nelituji. Přinesla mi mnoho zkušeností, které teď mohu využít v našem obchodě. Třeba to, že mnohem důležitější než všechny ty analýzy, strategie a studie je starý dobrý selský rozum. Hodně sázím také na tzv. společenskou odpovědnost firmy. Snažíme se být féroví a otevření k zaměstnancům, obchodním partnerům a samozřejmě i našim zákazníkům.

Jednotlivé domečky pro netopýry, ježky, ptáky vymýšlíte sám? Kdo je vyrábí?

Jsmo malá firma a nechceme být velcí, kdybych si všechny výrobky vymýšlel, bylo by to fajn, ale spolupracuji raději s odborníky. Prioritou pro nás je, aby náš sortiment byl plně funkční pro zvířecí obyvatele, ale líbil se i těm, kteří za jednotlivé kousky platí a pak je dávají k dispozici přírodě. Některé výrobky pro nás vytváří malé

české dílny, ostatní dovážíme od renomovaných firem z Velké Británie a Německa.

Vaše příjmení Dobrý není nic dlužno řadě dobrých skutků, které se snažíte dělat. Někdo si o vás může myslet, že jste blázen. Jak to vnímáte?

Upřímně je mi dost jedno, co si o mě lidé myslí. Dělam jen to,

co považuji za správné, a to tak nejlépe, jak to umím. Jsem smířen s tím, že když několik víkendů v roce věnuji svůj čas a firemní auto na záchranu slepiček z velkochovů a jejich rozvozu k lidem, kteří v nich nevidí jen stroje na vajíčka, ale živé tvory a dají jim druhou šanci na lepší život, tak to někteří lidé nechápu. Jenže já vím, že jsem, ve spolupráci s jinými nadšen-



ci, zachránil za jeden víkend třeba 600 životů. Samozřejmě z podnikatelského hlediska bych měl tento čas věnovat spíše rozvoji firmy, ale pro mě je těch 600 životů důležitější. Vřekávám, že jsme tak trochu jiná firma!

Na druhé straně jste jedním z průkopníků myšlenky, k níž se začínají přiklánět mnozí rozumní, troufám si říci, z nás: najít cestu k určité harmonii, podpořit život v regionech, mít radost z vlastní zahrady i zahrady kamaráda, naslouchat, myslet udržitelně...

Nevím, jestli jsem průkopník, spíše si myslím, že se tím, co dělám, snažím inspirovat ostatní. Aby jen nevzdychali, jak je vše špatně, jak mají hrozného šéfa, jak je to v práci nebaví atd. atd. Ti lidé si často myslí, že to vše za ně někdo vyřeší, ale ta změna musí přijít od nich. Máme mezi zákazníky spoustu takových, kteří si prošli podobnou cestou. Já se vůbec moc rád setkávám s našimi zákazníky a poslouchám jejich příběhy a zážitky. I proto jsem vždy minimálně jeden den v týdnu v naší prodejně.

Jak jste už naznačil, je to také o zdravém selském rozumu i o tom, co dělá člověka člověkem. Nejde vždy jen o velké ambice a zdánlivě skvělou kariéru, již se manažeři a podnikatelé musí ubírat. Je to o vnitřním naplnění, malých radostech, které putují jako poselství dál. Porozumněla jsem?

Ano, přesně tak. Moji bývalí kolegové z „velkého“ businessu mi často říkají, že mi závidí tu

mojí volnost, že mne nikdo neukoluje a sám si vymyslím, co budu dělat a čím se bude naše firma zabývat. A já vždy navazuji otázkou: Tak proč ty děláš to, co děláš, když tě to nebaví? Obvykle jsou důvodem peníze a další sociální jistoty. Jenže opravdu to stojí za to? Opravdu stojí drahé služební auto a šestimístný měsíční příjem za celoroční frustraci, za pocit, že jste

jen malé nedůležité kolečko v soukolí, které nic nedokáže změnit? Já si to nemyslím, ale odpovědět si musí každý sám.

Máte v Praze také „kamennou“ prodejnu, která se právě přestěhovala. Kde ji najdete a co všechno nám nabídne? Určitě i nějakou tu osvětu, inspiraci, zamýšlení.

Nejsme jen o výrobcích pro zvířata. Přírodě může pomoci každý třeba i tím, že nebude zbytečně používat agresivní chemické prostředky. Proto v naší prodejně, která je zároveň i expedice našeho internetového obchodu, najdete i ekologickou drogerii a kosmetiku, ale také mnoho přírodních alternativ k výrobkům pro domácnost. Naleznete nás v Praze v Branické ulici 98. A pokud jde o osvětu, tak jsme ještě před otevřením prodejny začali instalací ptačích budek a hmyzích domků u prodejny, také třeba LED osvětlení, a prodejnu vybavili prioritně jen z recyklovaných výrobků. Časem plánujeme i nějaká setkání a přednášky na „naše“ témata, ale také třeba rozšíření prodeje

výrobků neziskových organizací v našich prostorech. Plánujeme máme hodně, avšak zároveň chceme zůstat malí a snad rovněž inspirativní. Držte nám palce.



Já se vůbec moc rád setkávám s našimi zákazníky a poslouchám jejich příběhy a zážitky. I proto jsem vždy minimálně jeden den v týdnu v naší prodejně.

otázky připravila Eva Brix
www.zelenadomacnost.com

Pro české rodiny není spisovná mateřština důležitá



„Zejména laxnost rodičů k používání spisovné češtiny je alarmující. V dnešní době SMS a soutěžení, kdo na internetu jakýmkoliv způsobem přednese aktuálnější zprávu, je bohužel realitou, a je to důkazem toho, že spisovná čeština trpí. A pokud nebude podporována ani v rodinách, brzy naše děti pořádně česky nebudou umět,“ připomenula socioložka Jiřina Šiklová.

Co pro rodiče znamená slušné chování

Celá třetina českých rodičů vidí ve výchově jako důležitou úctu a ohleduplnost k ostatním, což je nejčastější odpověď na otevřenou otázku vnímání pojmu „slušné chování“. Na druhém místě následuje pozdrav a na děleném třetím místě se umístily hodnoty respekt a tolerance spolu se slušným chováním. Jako projevy slušného chování Češi sami ale neuvádějí například nejen skromnost, pracovitost, ale ani poctivost.

Uklízení hraček není pro české děti samozřejmé

Devět z deseti českých dětí si po sobě musí uklízet hračky, ale jen 22 % dětí uklízí hračky dobrovolně a samostatně bez vyzvání rodičů. S domácími úkoly je to lepší, protože 43 % českých dětí si domácí úkoly vypracuje bez vybídnutí rodičů. Co se týče vynucování domácích povinností pod hrozbou potrestání, tak k němu často nebo občas přistupuje 80 % rodičů ve věku 30–39 let a 67 % rodičů ve věku 40–49 let.

Zajímavý je také generační posun ve způsobech výchovy. O 12 % mezigeneračně poklesl důraz na to, že se nesmí odmítovat. Na druhou stranu o 19 % více se dnes klade důraz na respektování lidí mentálně či fyzicky postiže-

ných. A například o 13 % více se při výchově vedou děti k vyhýbání se předsudkům o ostatních lidech.

Závěry vyplývají s rozsáhlého průzkumu Nadace Kooperativa, který byl realizován agenturou Perfect Crowd na reprezentativním vzorku českých rodin. Šetření s názvem Hodnoty a výchova je součástí dlouhodobého projektu Česká rodina žije, který se zaměřuje na mapování života současných českých rodin a identifikování problémů, jež by mohl pomoci vyšetřit.

Nadace pojišťovny Kooperativa byla založena na začátku roku 2013. Jejím jediným zřizovatelem je pojišťovna Kooperativa, která se tak přihlásila k dlouhodobému a systematickému budování společenské odpovědnosti. Hlavním smyslem existence Nadace je přispívat ke zlepšení kvality života v zemi, kde pojišťovna již více než 25 let úspěšně podniká, posilovat motivaci a soudržnost zaměstnanců Koope-

rativy a propojováním s celkovou CSR politikou Kooperativy zvyšovat prestiž vlastní značky. Nadace podává pomocnou ruku těm, kterým život tolik nepřeje, a spravuje také sbírku umění pojišťovny Kooperativa. Založení Nadace je v souladu s dlouhodobou vizí koncernu Vienna Insurance Group, který si zakládá na sociální angažovanosti, trvale udržitelném rozvoji, etice podnikání a podpoře svých zaměstnanců. (tz) ■■■



Sušené švestky

byly prvním nealkoholickým produktem naší značky



Mgr. Miroslav Motyčka

Když vstoupíte do jakéhokoli provozu společnosti RUDOLF JELÍNEK a.s. ve Vizovicích, jako byste se ocitli ve světě jiném než uspěchaném. I klid tu má svůj řád. Vedle zákonitostí podnikání tu vládou zákonitosti technologií výroby pálenek a vůně ovoce i dobrot z něj. A navazují na poslání přírody a jejích darů, které šikovní pěstitelé a výrobci zušlechťují už několik století. Tradice produkce pálenek je tu stará přes 400 let. Vizovicko bylo totiž krajem jako stvořeným k pěstování ovocných stromů a povidla, sušené švestky, hrušky a jablka náležely k důležitému obchodnímu artiklu zdejších lidí. A slivovice jako nejznámější český ovocný destilát patří od 19. století ke společnosti RUDOLF JELÍNEK jako matka k dceři.

Dodržují se zažitá postupy, vyzrálý švestkový kvas prochází trojstupňovou destilací, díky které slivovice dosahuje čistoty a jemnosti. Pecky zůstávají v kvasu, aby vzniklému nápoji dodaly specifickou chuť třísloviny. Tajemství výroby si palírníci předávají z generace na generaci a spolu s nejmodernějším zařízením jsou zárukou toho, že si na místní slivovičce pochutnáme jako na delikatese delikates. Firma RUDOLF JELÍNEK dospěla mezi největší výrobce destilátů na této planetě. Ale nejen to. Nakoupila pozemky a rozšiřuje sady – švestkové, meruňkové, třešňové, přibýly mirabelky a maliny... Napsat by se o všem, co souvisí se jmenovanou značkou, dalo ještě hodně rádek. Ať již o historii, novinkách, či záměrech. Praxi firmy



přiblížil její obchodní a marketingový ředitel Mgr. Miroslav Motyčka:

RUDOLF JELÍNEK je značka, která má zvuk. Jak vám tradice pomáhá v obchodní úspěšnosti?

Maximálně, právě na naši tradici se snažíme navazovat a pokračovat v ní, jak nejlépe dokážeme. Naše značka je na trhu již více než sto let, takže nám tradice pomáhá především ve známosti značky.

Je v České republice ještě prostor ke zvyšování prodeje tzv. tvrdého alkoholu? Přibýlo i drobnějších výrobců, delikates, tím konkurence roste...

Určitě vnímáme, že je zde prostor pro zvýšení prodeje prémiového alkoholu. Spotřebitelé čím dál víc budou rozlišovat mezi kvalitou a kvantitou, a právě na tyto zákazníky se chceme do budoucna zaměřovat.

Do sortimentu jste zařadili množství výrobků, jimiž jste se rozhodli nabídku zpestřit. Chcete tak naladit i další zájemce, ať již nakupují dárky ve vaší prodejně ve Vizovicích a v Brně, nebo prostřednictvím e-shopu. Co všechno to je a jak se daří těmito produkty zaujmout?

Předně jsme od roku 2012 distributory zahraničních značek, což značně rozšířilo naši nabídku a také naše možnosti zaujmout spotřebitele. Dnes zastupujeme na českém trhu značky Stroh z Rakouska, Heaven Hill z USA nebo Branca z Itálie. Vedle toho dále rozšiřujeme nabídku vlastních nealkoholických produktů. Jsme totiž čím dál víc zpracovatelé ovo-



ce, a to ve všech jeho podobách – na kvas, sušené nebo například povidla.

Co jde z doplňkového sortimentu nejvíce na odbyt? Klasická švestková povidla, sušené ovoce, nebo švestkový čaj?

Nejprodávanější jsou sušené švestky, jednoznačně, a to proto, že byly prvním nealkoholickým produktem naší značky, a až později jsme nabídku rozšířili. Dnes vede obecně sušené ovoce, následováno povidly a čajem.

Dárkové balíčky pro firmy jsou asi také oblíbené. Kdy a co mohou zájemci objednat? A už nyní musí myslet třeba na Vánoce?

De facto jsme připraveni uspokojit jakéhokoli korporátního zákazníka, který již nechce na Vánoce dávat svým obchodním partnerům oblibitelné láhev vína. Umíme upravit své produkty na míru, a to v podstatě kterýkoli z ovocných destilátů.

Rozšířili jste sady meruněk a švestek, pěstujete rovněž rakytník, usilujete o to, abyste byli soběstační v potřebě ovoce. Jaký je výhled?

Chtěli bychom být co nejvíce soběstační, ale zcela soběstační nebudeme pravděpodobně nikdy. V tuto chvíli pokryjeme z vlastních zásob přibližně 10 % produkce, ve výhledu dvacet let bychom se chtěli dostat na 30 % z celkové spotřeby ovoce, při jejím současném růstu.

Kolik druhů švestek máte? A jak je to s organizací sklizně?

V našich sadech najdete devět odrůd švestek, kdy první dozrávají začátkem srpna a poslední naopak na konci října. Je to právě kvůli organizaci sklizně, kdy potřebujeme plochu sadů sklízet postupně, a proto postupujeme tak, aby jednotlivé odrůdy dozrávaly jedna za druhou.



Musí to být nejen hodně práce, ale i příjemných okamžiků. Co se k tomuto období váže?

Starostí je to opravdu hodně, na konci sklizně jsou pracovníci ze sadů už docela vyčerpaní. Tradičně toto období v našem případě provází i Trnkobraní – festival hudby, jídla a tradic spojených právě s Valašskem.

Export je významnou složkou odbytu. Kam vyvážíte nejvíce?

Mezi naše největší exportní trhy patří jednoznačně Slovensko, USA a Rusko, tedy pro naši značku tradiční destinace. Roste podíl asijských exportních trhů a samozřejmě se rozvíjí i trhy například západní Evropy.

Váš marketing je plný nápadů, je hodně komunikativní. Nechystáte třeba i nějakou pěknou kuchařku, v níž byste shromáždili recepty, jejichž složkou je alkohol? Aby se i laik „na jednom místě“ dověděl, jak lze připravit pikantní pokrm, ať už z masa, nebo ze sortimentu sladkostí, s přídavkem destilátu?

Po pravdě, v tuto chvíli pracujeme na jiných projektech, ale určitě chceme spotřebitelům nabízet informace týkající se právě způsobu konzumace jejich oblíbeného pití. Jednoduše aby každý, kdo o to má zájem, měl určitou představu, s čím lze párovat naše produkty, které další ingredience se k nim nejlépe hodí.

otázky připravila Eva Brixl

Pornografie může starším lidem pomoci, mladistvým uškodit, dokáže zničit kariéru i vztahy

Téměř pět miliard dolarů vydělá ročně pornobusiness na internetu. Zatímco mimořádná vydělečnost porna je nepochybná, na jeho přínosu nebo naopak škodlivosti se odborníci neshodují. Někteří z nich uvádějí, že jeho vliv je výhradně špatný, další však upozorňují, že nebezpečí nutně představovat nemusí. Závisí to především na zkušenostech a také věku. Starším lidem může výrazně zlepšit sexuální život, velmi mladým uživatelům naopak ublížit. Pokud se však z porna stane závislost, dokáže až zničit kariéru i vztahy.



foto Shutterstock

Podle posledního výzkumu magazínu Cosmopolitan si pornografický materiál pustí alespoň jednou za měsíc přes 70 % mužů, 30 % z nich sleduje pornofilmy dokonce každý den. Nezadaní se přitom dívají častěji a déle než ti, co mají partnerku. Ani ženy nezůstávají pozadu. Podle údajů z loňského výzkumu časopisu Marie Claire porno sleduje pravidelně každý týden přibližně jedna třetina žen. Velké diskuze experti v současnosti vedou ohledně užitečnosti či naopak škodlivosti pornografického materiálu. Odborníci se shodují, že je důležité brát v potaz několik faktorů. „Záleží na věku člověka, který porno sleduje, na frekvenci jeho pohlavních styků a také na tom, zda muž či žena udržuje funkční partnerský vztah,“ popsala některé z faktorů vztahová poradkyně a psycholožka Alexandra Hrouzková ze společnosti MyLife Studio.

Erotika pro seniory

Pornografie může mít podle psychologů kladný vliv na sexuální život starších lidí. Podle výzkumu provedeného vloni ve Spojených státech necelá třetina mužů ve věku nad sedmdesát let pornofilm zhlédla v posledních dvou měsících. Z výzkumu dále vyplynulo, že pro řadu mužů jde o jediný způsob, jak mohou dosáhnout orgasmu.

„Senioři jsou často ohledně sexuálního života opomíjeni. Sex přitom s odchodem do důchodu nekončí. I starší člověk potřebuje pohlazení, pocit, že není sám, a intimní život k tomu samozřejmě patří,“ upozornil Adam Durčák ze sexshopu Růžový slon s tím, že pornografie může být pro seniory v mnoha směrech inspirativní. „Může je navnadit k experimentování, ke zkoušení různých nekoitálních aktivit, jako je petting, hlazení či mazlení, ale i ke koupi erotických hraček, jako jsou vibrátory,“ dodal Adam Durčák. Nemusí navíc zdaleka jít jen o jedince, jejichž zdraví už plnohodnotný sex prožít neumožňuje. „Mezi staršími lidmi je také mnoho osaměle žijících žen či mužů. Často jde o vdovy či vdovce, kteří byli celý život sexuálně aktivní. I jim může pornografie ulehčit život,“ dodává Durčák. Nejen starším lidem, ale i střední generaci může porno prospět. „Občasné zhlédnutí pornofilmu mužem či ženou ve středním věku žijícím ve spokojeném partnerství nemusí nijak uškodit,“ potvrdila Alexandra Hrouzková.

Pro mladistvé představuje porno riziko

Zatímco starším lidem může pornografie pomoci, adolescentům, či dokonce dětem

může vážně uškodit. Ze statistik, které sestavil redakční tým serveru Online MBA, vyplývá, že průměrný věk, kdy se děti poprvé setkají s pornem, je přibližně jedenáct let. „S rozvojem informačních a komunikačních technologií se mezi mladistvými rozšiřuje takzvaný sexting, tedy elektronické rozesílání textových zpráv, fotografií či videí se sexuálním obsahem. Podle výsledků rozsáhlého výzkumu z roku 2012 sexting v Česku realizuje zhruba sedm až devět procent dětí,“ vysvětlil Adam Durčák. „Teenageři, kteří fotky pořizují a rozesílají, si často neuvědomují, že mohou jednat protiprávně a že jejich jednání může mít mnohem větší následky, než je ostuda ze zveřejněných fotografií,“ doplnil. Dlouhodobé sledování pornofilmů přitom může mladého a nezkušeného člověka psychicky poznamenat. Adolescenti s nedostatkem reálných sexuálních zkušeností snadno podléhají dojmům, že to, co se děje ve filmu, je skutečný sex. Mladí muži pak bývají frustrováni, když se srovnávají s pornoherci, dívky zase svolují k nepříjemným sexuálním praktikám jen proto, že to viděly ve filmu. „V některých případech může porno dokonce narušit psychosociální vývoj dotčeného až do té míry, že bude mít problém navazovat vztahy, včetně partnerských. S tím pak samozřejmě souvisejí problémy sexuologické, a mužů například porucha erekce a ejakulace při souložích s partnerkou,“ zmínila důsledky Alexandra Hrouzková s tím, že se z sledování porna dokonce může stát závislost. Potíže přitom nepostihují jen mladé a nezkušené uživatele, závislým se může stát i dospělý člověk. „Dopady této závislosti bývají často nemalé. Člověk může přijít o práci a veškeré vztahy, včetně přátelských a rodinných. Závislost na pornografii je v současné době přirovnávána k závislosti na kokainu,“ uzavřela psycholožka. (tz)

Mama hotel zapadá do životního stylu třicátníků

Každý pátý Čech ve věku 25 až 34 let využívá výhod tzv. mama hotelu. Většinou se nechtějí vzdát teplé stravy, plné ledničky, vypraného a vyžehleného prádla. Řada dospělých lidí bydlí s rodiči také z finančních důvodů. Pro mnohé může být pořízení vlastního bydlení a zvládnutí dalších nákladů s tím spojených obtížné. Služeb mama hotelu využívají častěji muži než ženy. V jejich očích tato skupina mužů často nebývá dostatečně atraktivní, a to především kvůli možnému svazujícímu vlivu potenciální tchyně. Závěry vyplývají z průzkumu Fakta a trendy v bydlení finanční skupiny Wüstenrot.

„Základním určujícím znakem dospělosti není věk, ale schopnost osamostatnit se, s čímž souvisí i zajištění vlastního bydlení. Právě pro tyto účely je vhodné využít hypotéku nebo překlenovací úvěr,“ řekla Radka Floriánová, vedoucí úseku Vývoje bankovních produktů finanční skupiny Wüstenrot, a dodala: „Hypotéka Wüstenrot je výhodná pro všechny, kteří uvažují o koupi nemovitosti, ať už jde o byt, nebo rodinný domek. Hypotéku Wüstenrot na vlastní bydlení poskytuje naše banka za úrokovou sazbu od 1,74 % ročně. A úvěr na refinancování původní hypotéky je možné získat s úrokem od 1,64 % ročně.“

Hlavně mužům se od rodičů nechce

Pro téměř dvě třetiny lidí, kteří stále bydlí pod křídly svých rodičů, je hlavním důvodem společného soužití finanční stránka. Jejich čistý příjem se pohybuje

kolem 6000 korun, což nestačí na pokrytí výdajů, které se váží k samostatnému bydlení. Druhou silně zastoupenou skupinou, která využívá výhod mama hotelu, jsou tzv. singles (37 %). Díky bydlení s rodiči ušetří za náklady na bydlení. Řada z nich se obává i závazku hypotéky, protože by se museli spolehnout pouze na jeden příjem, což se může zdát problematické.

„Financování samostatného bydlení není třeba se bát. Podmínky hypoték na financování bydlení nastavujeme tak, aby byly co nejdostupnější a nestaly se pro klienty svazující zátěží. V poslední době navíc pozorujeme nárůst počtu hypoték, které si pořizují jednotlivci. Většinou jde o jednopokojové či dvoupokojové

byty. Často je to pro ně výhodnější než platit nájem. V případě dvou pokojů mohou jeden pokoj dlouhodobě nebo dočasně pronajmout a ze získaných financí si mohou snížit splátku,“ doplnila Radka Floriánová.

Luxus místo soukromí

Dalším důvodem bydlení s rodiči je také vyčtralost a vyhovující životní styl. Mamánci často přenechávají na rodičích veškeré nákupy, vaření, praní a další domácí práce. Za ušetřené peníze potom dělají radost především sami sobě. Cestují a dopřávají si výhod, kterých by si s výdaji do společné domácnosti nebo za vlastní bydlení dovolit nemohli.

Lidé se v dnešní době nemusí spoléhat pouze na sebe a své schopnosti zajistit si dostatečné finanční příjmy na pořízení vlastního bydlení. Celé třetiny respondentů se na financování jejich současného bydlení zčásti nebo plně podíleli rodiče či jiní rodinní příslušníci.

Pouze každý šestý respondent si byl schopný zafinancovat bydlení jen ze svých zdrojů. Základní odrazový můstek pro osamostatnění se od rodičů může představovat stavební spoření s výhodným úročením vkladů, státní podporou a garantovaným úrokem z úvěru ze stavebního spoření. (tz)

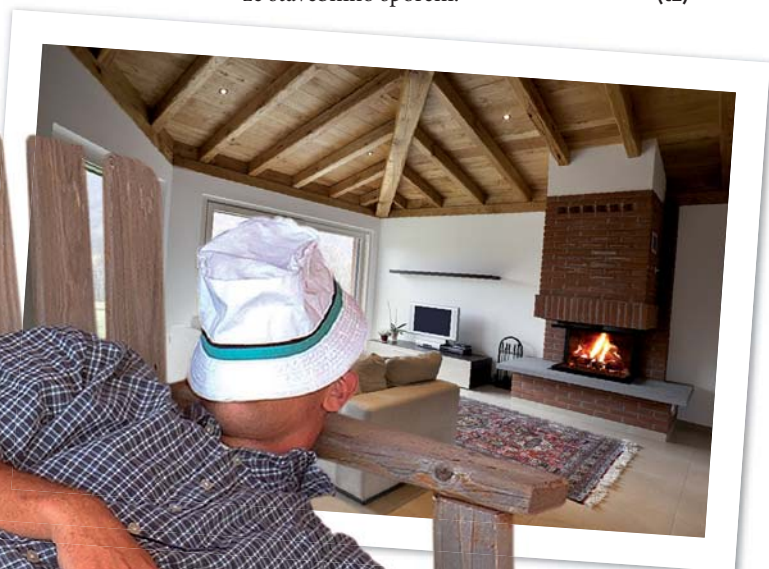


foto Shutterstock / Freemages

Za každým výrobkem **stojí člověk**



Ing. Leo Kolečkář

každá chyba a neuváženost mohla být potrestána neúrodou a hladem pro celou rodinu. Hanáci milují svou zem, i když to nedávají příliš najevo. Pokud však jde o jejich pozemek nebo jiný majetek, chrání ho se vší silou. A to platí dosud.

Před naší společností stojí velké výzvy, ne vše můžeme jako jednotlivci vyřešit. A je na nás, aby každý pro další budoucnost naší krásné země udělal to, co je v jeho silách. Nemusíme ve všem čekat na politiky a světové vůdce. Každý může přispět. Záleží jen na našem rozhodnutí a činech. A mezi konkrétní činy může patřit i nákup českých výrobků, protože tím podporujeme naši společnost i sami sebe.

Český výrobek přišel loni s novou soutěží pro spotřebitele. Byla úspěšná a bude mít letos pokračování?

Ano letos pokračujeme dalším ročníkem. Chceme přispět k další podpoře skvělých českých výrobků a odměnit zákazníky hodnotnými cenami od našich partnerů. Hlavní cenou je zájezd dle vlastního výběru za 70 000 Kč. Soutěž je kreativní, soutěžící budou vymýšlet slogan, který obsahuje slova „české výrobky“. Soutěž probíhá do 30. června 2016 a přihlásit se můžete na stránkách www.soutezceskyvyrobek.cz.

Máte nějaké nesplněné přání, které byste si chtěli letos splnit?

Ano, se svou manželkou bych rád projel několik nových krásných míst, které nám nabízí naše česká země. A dál bych všem lidem přál zdravý a šťastný život.

**hodně důvodů k radosti a spokojenosti
popřál Pavel Kačer**



Proč lidé pracují nejen pro vlastní prospěch, ale také pro rozvoj své komunity, rozkvět svého kraje, blaho celé země? Zamýšlel jsem se nad tím v rozhovoru s ředitelem společnosti Český výrobek s.r.o. Ing. Leo Kolečkářem, jehož iniciativy mě k těmto otázkám inspirovaly.

Už řadu let jste spojen s projektem a značkou Český výrobek. Byla to náhoda, nebo výsledek dlouhodobé snahy a potřeby, že jste se rozhodli hájit zájmy tuzemských firem a jejich produktů?

Určitě na to má vliv vývoj společnosti, globalizace i moje osobní priority. Podpora českých výrobků je to, co mě baví, a ještě to přináší užitek našim partnerům (výrobci) a celé společnosti. Také nezapomínejme na naše životní prostředí, kdy doprava cizích výrobků tolik zatěžuje naši planetu. Proto je dobré podporovat české výrobky.

Ze kterých výrobků máte největší radost?

Za každým výrobkem stojí člověk a většinou hodně lidí. Jsem kolikrát přímo ohromen, kolik energie a nadšení do toho čeští výrobci dávají, i když mají někdy tak těžké podmínky. Velmi si vážím poctivé lidské práce a umu, a mám vždy radost, když se daří a když jsou zákazníci s českými výrobky spokojeni. Velkým darem je pro mě to, že jsem se mohl seznámit se spoustou právě takových skvělých lidí a že s nimi mohu spolupracovat na dobré věci.

Na Hané, kde působíte, si vždycky potrpěli na dobré jídlo a pití. Jak byste charakterizoval vztah Hanáků k rodné půdě, národním tradicím, kultuře a svému kraji?

Někdy se říká, že Hanáci jsou pomalí. Já bych to nazval spíše rozvážností. Sedlák si musel vždycky dobře promyslet, co udělá, protože



Poptávka po odbornících v IT v ČR stále stoupá,

za čtyři roky jich v Evropě bude chybět 825 000

Podle Českého statistického úřadu chrlí vysoké školy každý rok kolem 2500 absolventů oborů souvisejících s informačními technologiemi. V Česku jich je ale stále nedostatek. Uživilo by se jich tu dvakrát tolik. Poptávka po IT specialistech navíc poroste.

Skutečný boom v poptávce Českou republiku stále ještě čeká. „Technické obory jsou obecně na trhu práce velmi žádané. Každým dnem přibývají volné pracovní pozice napříč různými sektory, které vyžadují znalosti z oblasti informačních technologií. Navzdory tomu, že těchto specialistů každým rokem přibývá, je jich stále málo. Vzhledem k nárůstu automatizace a digitalizace bude poptávka po těchto odbornících i v budoucnu stoupat. Podle agentury CzechInvest každá třetí investice v Česku míří do sektoru informačních technologií. Nedostatek specialistů ale není problémem jen České republiky. V celé Evropě chybí kolem 700 000 odborníků a podle prognózy by to už v roce 2020 mělo být 825 000,“ popsala Olga Hyklová, majitelka a výkonná ředitelka společnosti AC Jobs.

IT patří nejen k nejžádanějším oborům v Česku, je zároveň i nejlukrativnějším, což dokládá i výše nástupního platu. Zatímco průměrný nástupní plat absolventů v ostatních oborech činí kolem 20 000 korun, u absolventů IT oborů je to až o 15 000 víc. „Platy v informačních technologiích patří k nejrychleji rostoucím. Například u programátorů a analytiků vzrostly za posledních pět let o 60 %. Jejich průměrný měsíční plat činí přes 40 000 korun, u IT manažerů je to přes 50 000. Vysoký plat patří k hlavním, nikoli jediným lákadlům, jež firmy novým IT zaměstnancům nabízejí,“ uvedla Markéta Prazeres, ředitelka divize IT personální agentury AC Jobs.

K dalším velmi žádaným benefitům patří možnost práce z domova nebo alespoň pružná pracovní doba. Z domova pracuje až 70 % IT odborníků. Firmy také nabízejí benefity, které v jiných oborech vůbec nejsou. „Řada společností nabízí možnost využívat dokonale vybavené relaxační místnosti nebo pro své zaměstnance připravuje bohaté snídaně,“ popsala Markéta Prazeres. „Podporujeme růst našich zaměstnanců po odborné stránce – pořádáme



foto Shutterstock

konference v Česku i v zahraničí, workshopy či semináře, podporujeme i výuku cizích jazyků. Dále nabízíme možnost práce z domu, placené přesčasy, hrazené vzdělávání, spousty firemních akcí, příspěvky na volnočasové aktivity, stolní fotbalík nebo pronájem tělocvičny na florbal a fotbal,“ popsala nabízené benefity Tereza Ducháčová, manažerka společnosti GMC Software Technology. Pro drtivou většinu absolventů informačních technologií není problém najít ihned po dokončení studia práci i bez předchozí praxe. Přesto ani čeští uchazeči nejsou zcela bez nedostatků. „Častým problémem je nedostatečná jazyková vybavenost. Vzhledem k tomu, že IT odborníky často hledají mezinárodní společnosti, je nutná znalost anglického jazyka na komunikativní úrovni. Navíc veškeré technické dokumentace, odborné konference nebo konferenční hovory jsou v drtivé většině v anglickém jazyce,“ uvedla Markéta Prazeres. „Měřítkem pro budoucí zaměstnance je především jejich nadšení a motivace podávat výkon. Praxe není nutnou podmínkou, absolventi ne vždy praxi mají, ale pokud jim nechy-

bí chuť se dál rozvíjet, pak praxe není rozhodující. Podstatné jsou jazyky – vzhledem k tomu, že jsme mezinárodní firma, je potřeba mít alespoň základní znalosti angličtiny a ochotu komunikovat, i když s chybami. U pozic, které jsou často ve styku se zákazníkem nebo jinými týmy v zahraničí, pak angličtina musí být na komunikativní úrovni,“ doplnila Tereza Ducháčová.

Atraktivní práci v počítačovém průmyslu stále ovládají převážně muži. Ženy v oblasti informačních technologií pracuje jen kolem 15 %. Navzdory benefitům, které firmy nabízejí, se ženy do IT příliš nehrnou. „Situace v České republice není nijak výjimečná. I ve světě pracuje v IT businessu méně žen než mužů. Ženy prozatím lákají jiné pozice, nejvíce jich pracuje v administrativě. Pozvolna se ale objevuje nový trend – ženy se stále více snaží prosazovat v takzvaných mužských oborech. Česká republika například patří k zemím s nejvyšším počtem žen zaměstnaných v průmyslu, v tomto odvětví tvoří přes 20 % zaměstnanců. Je jen otázkou času, kdy se i v IT oborech začne počet žen zvyšovat,“ doplnila Markéta Prazeres. (tz)

Nábytek online v Česku – prodej roste

Pro výběr nábytku z pohodlí domova se loni rozhodlo více než 62 000 českých domácností. Vyplývá to z prodejních statistik největšího českého e-shopu s nábytkem MT nábytek. Počet těch, kteří si koupili nábytek online u předního prodejce, se tak v loňském roce meziročně více než zdvojnásobil. Zájem je převážně o skříně, které si vybralo v internetovém obchodě přes 17 000 Čechů, a postele, které si pořídilo online téměř 10 000 českých domácností.

S rostoucí počítačovou gramotností české populace a takřka rutinním využíváním internetu k běžným úkonům roste zájem Čechů o nakupování nábytku online. „Rychlost, přehlednost a pohodlí. To jsou hlavní argumenty, proč se Češi začínají přiklánět k nákupu nábytku z pohodlí domova. V nabídce našeho e-shopu najdete na jednom místě přes devět milionů variant nábytku,“ prozradila důvody rostoucího zájmu Petra Triščíková z největšího e-shopu s nábytkem MT nábytek v Česku i na Slovensku. Ačkoliv je stále pro Čechy důležité prohlédnout si zboží osobně, zvykají si i na výběr online a případnou možnost jeho vrácení. „Zboží je možné vrátit do 45 dnů, ale vzhledem k podrobným popisům a fotografi-

ím ke zklamání po doručení téměř nedochází. Průměrně zákazníci hodnotí spokojenost se zbožím 91 procenty,“ doplnila Petra Triščíková. Největší zájem je podle statistik společnosti MT nábytek o těžší a větší kusy. Důvodem je dobrá služba, kdy zákazník nemusí řešit dopravu velkého kusu nábytku ani jeho váhu. Nejčastěji totiž Češi v internetovém obchodě vybírají skříně, postele, sedačky a pohovky. „Skříně jsme loni prodali skoro 50 denně, postelí, sedaček i pohovek téměř 30 za den. Průměrně u nás zákazník zaplatil v loňském roce při každé objednávce 8922 korun, což je o 628 korun více než

v roce 2014,“ uvedla Petra Triščíková. Zatímco v roce 2014 MT nábytek pomohl zařídit přes 27 000 českých domácností, v roce 2015 to bylo již více než 62 000. Rostoucí trend nákupu online je tak zřejmý. „Z malé společnosti s jednou vypůjčenou dodávkou jsme se za pět let vypracovali na lídra na trhu v online prodeji nábytku v Česku i na Slovensku s obratem přes 834 milionů korun. Růst dokládá konekcí konců i ten počet dodávek. Jen za loňský rok jsme jejich množství navýšili z 20 na 64 dodávek a 15 kamionů,“ dodala s nadsázkou Petra Triščíková. (tz)

MT nábytek v číslech

- ✓ Váha prodaného nábytku se loni blížila dvěma milionům kilogramů. Tolik by přibližně vážilo 78 samiček vorvané obrovského, 260 slonů nebo třeba 4000 velbloudů.
- ✓ Postele prodané v Česku v roce 2015 by zaplnily téměř pět fotbalových hřišť.
- ✓ Dodávky společnosti MT nábytek při doručování zboží v roce 2015 najezdily po Česku více než 4,5 milionu kilometrů. Celou zeměkouli by tak objely skoro 115krát. Vzdálenost ze Země na Měsíc by překonaly téměř 12krát.



foto Freemages

Dluh jako dědictví



Lidé během svého života nastřádají určitý majetek, často i za účelem zaopatření svých potomků pro případ smrti. Co když

se ale předmětem dědictví stanou také dluhy? Potomci se tak mohou ocitnout ve velmi tíživé situaci znamenající finanční problémy, ze kterých je složité najít cestu ven. Podle interních statistik společnosti KRUK Česká a Slovenská republika představuje průměrná výše dluhu u případů s dědickým řízením 35 000 korun.

Lidé si často půjčují finanční prostředky, aniž by reálně zhodnotili svou skutečnou finanční situaci a schopnost dluhy splatit. Neberou v úvahu, jaký mohou mít půjčky vliv na ně, a zejména na jejich příbuzné. Potomci se tak mohou kvůli neuváženosti svých rodičů dostat do složitých finančních problémů.

Podle aktuální právní úpravy mají dědicové v zásadě dvě možnosti, jak nezdědit dluhy. Dědicové mohou buď odmítnout dědictví jako ce-

lek, nebo v zákonem stanovené lhůtě učinit tzv. výhradu soupisu. V tomto případě přebírá dědic dluhy pouze do výše nabytého majetku. Zvláštní režim platí pro dědice, který se sám nachází v insolvenčním řízení. Právní úprava ho omezuje a nedovoluje mu odmítnout dědictví tehdy, když aktiva převyšují pasiva.

„Poměrně často se setkáváme s případy, kdy pozůstali hradí dluhy za zemřelého. Rodina se snaží zachovat dobré jméno a dluh za zemřelého splácí, přestože zákon dává možnost odmítnout dědictví. Lidé se tak snaží očistit své jméno i jméno zemřelého a nepřipustí, aby dluhy vrhaly špatné světlo na rodinu,“ řekl JUDr. Jiří Šmída, právní zástupce společnosti KRUK Česká a Slovenská republika. „Zaznamenáváme také případy, kdy zadlužená osoba v dědickém řízení nabude majetek, který posléze zpeněží a využije k úhradě svých dluhů. Dědictví se v tomto případě stává lukrativní možností, jak dluh nebo jeho část splatit.“

Ne vždy je možné se dluhům vyhnout. V případech, že jsme nuceni vzít půjčku či úvěr, je důležité se s nimi náležitě a co nejrychleji vypořádat, eventuálně se zajistit pro případ neschopnosti splácet. Průzkumy společnosti KRUK Česká a Slovenská republika ukazují,

že lidé se nejčastěji dostávají do finančních problémů kvůli nezaměstnanosti či ztrátě zaměstnání (61 %), neuváženým výdajům a investicím (34 %), hazardu, drogám a alkoholu (26 %), rozcházecí (22 %) či kvůli nedostatečnému finančnímu vzdělání (21 %). Ze složitých finančních situací se snaží najít východisko nejčastěji hledáním nové práce 67 % dotázaných, snížením domácích výdajů (44 %), půjčkou od příbuzných či přátel (21 %) a přestěhování se do levnějšího bytu (13 %).

„Dluh zdědí podle interních statistik společnosti KRUK jen malé procento klientů. Přesto tyto případy existují. Pokud se dostaneme do dluhů, je důležité nejprve zhodnotit svou situaci, tedy jak velký dluh máme a do kdy jej máme uhradit. Následně bychom měli co nejrychleji kontaktovat věřitele a domluvit si s ním způsob úhrady dluhu. Nejdůležitější je pamatovat na to, že se není třeba bát a kontaktovat věřitele. Ve společnosti KRUK Česká a Slovenská republika nabízíme klientům možnost splatit dluhy ve splátkách dle jejich finančních možností. Posledním krokem je úhrada domluvených splátek. Pro získání finančních prostředků na jejich úhradu bychom měli omezit vynakládání financí na jakékoliv zbytečné výdaje a hledat zdroje dodatečných příjmů – např. druhé zaměstnání či prodej nepoužívaných věcí v domácnosti,“ doplnila Markéta Fixová ze společnosti KRUK. (tz)

Výpověď o vysokých školách u nás

Škola základ života. Začíná to v první třídě – řešením zapeklitých numerických problémů lidí, kteří kompulzivně rozdávají své zásoby jablek a hrušek. A končí to před státnicemi – dumáním nad tím, co je panebože myšleno tím „internalizace reality sekundární socializace: internalizace institucionálních či na institucích založených subsvětů“. Co ukázal další díl projektu Česko v datech?

V České republice je 72 vysokých škol. Z toho je 43 soukromých, 26 veřejných a dvě státní, celkově tak mají studenti možnost studovat na 153 fakultách. Není to moc? Co se týče počtu vysokoškolských institucí přepočteno na obyvatele, Česká republika nijak nevybočuje – ani v rámci Evropy, ani v rámci světa. Na 147 000 Čechů vychází jedna vysoká škola. Evropané rekordmani jsou v tomto směru Lotyšů, jedna VŠ zde přijde na 63 000 obyvatel.

Chuť studovat roste

Problém je však spíše v počtu studentů. Ke školnímu roku 2014/2015 jich totiž na českých vysokých školách studovalo 347 339. To je oproti roku 2001 nárůst o 71 %. Jak říká Jan Čadil, rektor Unicorn College: „Pokud jde o údajnou ‚devaluaci vysokoškolských titulů‘, ta není zcela logicky způsobena počtem vysokoškolských institucí, ale počtem vysokoškolských studentů a potažmo absolventů. Snaha dohnat vyspělé země v podílu vysokoškolsky vzdělaných nese svoje ovoce. Nárůst u nejmladších ročníků byl nicméně tak prudký, že se nutně nemohl obejít bez tlaku na pokles kvality.“ Přestože v posledních několika letech dochází k úbytku uchazečů o vysokoškolské vzdělání v absolutních číslech, neznamená to, že by se snižoval zájem o tento typ studia.

Úbytek je způsoben především demografickým vývojem, tedy poklesem populace 19letých uchazečů. Podíl uchazečů o VŠ vzdělání v tomto věku naopak roste, v současnosti činí více než 70 %. V roce 2001 dostudovalo v ČR vysokou školu 30 103 studentů. O 13 let později počet absolventů činil již 88 152, tedy takřka trojnásobek.

V diskuzi o koncepci vysokoškolského vzdělávání v ČR se v poslední době stále častěji objevují názory, že po éře traktoristů a soustružníků přišla éra manažerů. Assistant Marketing Manager je sice neméně platný člen společnosti, ale prasklé těsnění hlavy motoru vám nevymění. Nicméně – jak říká známé pohádkové úsloví: konec dobrý, všechno dobré. „Není to pravda, nejsme nijak zbytečně překvalifikovaní, podíl vysokoškolsky vzdělaných občanů v populaci je u nás přibližně 28 %, mírně tedy zaostáváme za průměrem vyspělých zemí, který podle Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj činí 32 %,“ objasnil Zdeněk Honek, Country manager SAS Institute ČR. Problémy českého vysokého školství jsou tak spíše porodními bolestmi, jež jsou způsobeny překotnou snahou dohnat vyspělejší destinace.

O jaké obory je zájem

Růst zájmu o vysokoškolské studium nebyl z hlediska oborů od roku 2001 do současnosti rovnoměrný. Zatímco technické vědy a nauky zaznamenaly relativně slabý nárůst počtu uchazečů (27 %), humanitní obory zaznamenaly obrovský nárůst uchazečů (téměř 120 %). „Je poměrně známým faktem, že atraktivita technických oborů v čase neroste, jsme svědky spíše stagnace, případně poklesu zájmu,“ komentoval Jan Čadil z Unicorn College. „Zarážející je to z mého pohledu například u informatiky, která přitom absolventům nabízí kreativní zaměstnání a vynikající uplatnění na trhu práce.“

Důležitou roli hraje i praxe

Důležitou roli během studia na vysoké škole hraje i zájem studentů o sbírání praxe. Podle nedávného průzkumu Deloitte s názvem Prv-

ní kroky na trhu práce mezi českými vysokoškoláky vyplynulo, že téměř všichni studenti (bylo jich přes 90 %), kteří měli práci nebo stáž související s oborem jejich studia, se domnívají, že šlo o užitečnou zkušenost.

„Možnost získat a rozvinout nové schopnosti byla mezi studenty ohodnocena jako nejdůležitější kritérium při výběru zaměstnání spolu s příjemnou pracovní atmosférou. Mladá generace chce kreativní a různorodou práci, v níž se mohou naplno realizovat a uplatnit a rozvíjet svůj talent. Práce je musí bavit a chtějí, aby viděli konkrétní, hmatatelný dopad své práce,“ doplnila Lucie Lidinská, senior konzultantka v oddělení poradenských služeb společnosti Deloitte.

Jaká je šance dospět k závěru

Dostat se na vysokou a dokončit ji – to jsou dvě rozdílné věci. Průzkum vzal v úvahu počty přijatých studentů a počty absolventů za posledních pět let a podíval se detailně na jednotlivé školy a fakulty v ČR. Do výsledků se promítá jednak náročnost studia, ale i dobrovolné ukončení VŠ ze strany studenta. Podíváme-li se na veřejné vysoké školy, ve statistice „úmrtnosti“ vede Vysoká škola technická a ekonomická v Českých Budějovicích, kterou dostuduje pouhých 38,9 % studentů. Druhé místo náleží Univerzitě Pardubice, kde se šance na získání titulu pohybuje okolo 47 %. Za nimi následují Univerzita J. E. Purkyně a pražská VŠCHT, obě se pohybují těsně nad hranicí 50 %. Největší šanci na zvládnutí vysoké školy naopak máte, pokud se dostanete na Akademii múzických umění nebo na Akademii výtvarných umění v Praze. Dostuduje je zhruba 80 % přijatých, nicméně v tomto případě je to způsobeno především náročným přijímacím řízením a malým počtem studujících. Zajímavý pohled nabízejí soukromé vysoké školy, kde najdeme instituce, které vystuduje více než 90 % studentů, tedy více než jakoukoli veřejnou VŠ. Avšak máme tu i soukromé školy, které se šancí na dostudování blíží těm veřejným, například pražská Unicorn College nebo Vysoká škola aplikovaného práva. (tz)



Nad efektivitou a štěstím

Zamýšlím se nad svým životem. Jak být efektivní, výkonná, nepatrně movitá, zajištěná směrem k proměnlivé budoucnosti a podmínkám života v Evropě, a šťastná, případně zdravá zároveň? Pracovat v plném nasazení 18 hodin ze 24, nedívat se nalevo napravo, plnit na 200 procent? A tedy takzvané stíhat, mít ve všem pořádek, lehký náskok, a zabavit se tím časové tísně, stresu a frustrace z nevyřešených úkolů? Honit se, abych s úlevou a vidinou hotového skončila na antidepresivech? Cítíte ten rozpor? Nebo si o všem myslit své, dostat se do báječného stavu vyrovnanosti a večer si jít klidně v deset lehnout, pustit si báječnou televizní romanci a myslit na vysněného prince? Čert vem resty, kvůli nimž se k ránu probudím hrůzou a tlakem 200/100? To tedy fakt nevím, je-li tohle ta nejlepší volba.

Jak ale najít ideální kompromis možného, snesitelného a příjemného, progresivního, motivujícího a spějícího k opravdové člověčí pohodě a čírodému skutečnu? Jak kombinovat plné nasazení s účinným relaxem v životní postoj neohrožené nádhery? Jestli jste na to někdo přišel, napište mi.

Eva Brixi, šéfredaktorka

čtěte s námi

Inflace (nejen) ze stavebního spoření ukrajuje stále méně

Reálný výnos stavebního spoření po započtení inflace se v dlouhodobém horizontu nejčastěji pohybuje mezi 1,5 až 4 % ročně. Za loňský rok dosáhl reálný výnos úspor v ČMSS 3,3 %. Přestože jsou tedy nominální úrokové sazby nižší než v minulosti, díky malé inflaci nedochází k výraznému reálnému poklesu zhodnocení úspor ve stavebním spoření. Stavební spoření naopak zůstává mezi zabezpečenými produkty nejvýhodnější.

Reálné zhodnocení vkladů po započtení inflace dosáhlo za celý loňský rok v Českomoravské stavební spořitelně 3,3 % (po započtení státní podpory i všech poplatků). „Přestože jsou nominální úrokové sazby i státní podpora nižší než v minulosti, díky téměř neexistující inflaci se vklady klientů reálně zhodnotily podobně jako v minulých letech,“ uvedl člen představenstva ČMSS Manfred Koller.

Reálný výnos stavebního spoření po započtení inflace se za 23 let existence systému nejčastěji pohyboval mezi 1,5 až 4 % ročně, průměrné zhodnocení dosáhlo zhruba 4 % ročně. Výjimku tvořily jen roky 1999–2003, kdy byl výnos výrazně vyšší kvůli poklesu inflace a zároveň udržení vysokého úročení. „Stavební spoření dlouhodobě potvrzuje pověst bezpečného přístavu. I v loňském roce jsme klientům dokázali nabídnout reálné zhodnocení úspor přes 3 %, což je v prostředí extrémně nízkých úrokových sazeb velmi slušný výsledek,“ dodal Manfred Koller. (tz)

Prosperita Fresh Time

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 5, duben 2016

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

Šéfredaktorka: PhDr. Eva Brixi-Šimková, e-mail: brixii@iprosperita.cz, mobil: 602 618 008

Šéfredaktor www.freshtime.cz: Martin Šimek,

e-mail: martin@iprosperita.cz, mobil: 606 615 609

Redakční tým: Pavel Kačer, Jiří Novotný, Kateřina Šimková

Grafický design: Michal Schneidewind

Korektury: Mgr. Pavla Rožníčková

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

Placené textové materiály jsou označené grafickým symbolem ■■■

www.freshtime.cz

Internetový marketing: Media Know, www.mediaknow.net

Kolonial.cz: „online Češi“ jedí výrazně zdravěji než zbytek populace

Již čtyři roky mají Češi možnost nakupovat potraviny online. Teprve v posledních dvou letech se však trh rozvinul natolik, že vznikla zcela nová zákaznická skupina. Ti, kteří potraviny online nakupují pravidelně a několikrát do měsíce, zároveň předznamávají celou řadu zajímavých trendů. Jeden z nich zaskočil i samotné provozovatele e-shopů – mají totiž výrazně jiný jídelníček než lidé nakupující potraviny primárně v supermarketech.

Do svých nákupních košíků oproti předpokladům častěji vkládají ovoce a zeleninu, naopak potraviny výživovými specialisty označované jako nezdravé – tedy zejména uzeniny nebo masné výrobky s nižším obsahem masa – kupují méně často. Trend potvrzuje například retailový specialista Petr Vyhňálek. Patnáct let vedl řetězec Globus, nyní řídí e-shop s potravinami Kolonial.cz. Pro službu, která startovala před osmi měsíci, stanovil skladbu sortimentu, včetně předem odhadovaného množství jednotlivých položek. Realita však ukázala, že to, co funguje v kamenných prodejnách, není na internet plně přenositelné.



foto Shutterstock

Nákupy na internetu obecně:

- ✓ Na internetu objednávají produkty a služby nejvíce lidé z věkové skupiny 25 až 44 let s převahou žen (tři až pět nákupů během tří měsíců uskutečnilo 370 000 žen a 280 000 mužů – údaj z poloviny roku 2015).
- ✓ Ve druhém čtvrtletí roku 2015 mělo za poslední rok 23,5 % z lidí nakupujících na internetu zkušenost s nákupem potravin, kosmetiky, zdravotnických prostředků a léků.
- ✓ Lidé nakupující potraviny online nakupují zdravěji a méně impulzivně.
- ✓ Nákup potravin je odvětvím, ve kterém se zákazníci nejčastěji vracejí ke svému obchodníkovi.
- ✓ Rok 2016 bude zásadním zlomem v zájmu o online nákup potravin, očekává se jeho dvojnásobný růst.

„Naše zkušenosti ukazují, že skladba průměrného nákupního košíku je u online nákupů výrazně jiná než v supermarketu,“ zmínil Petr Vyhňálek. „Překvapilo nás, jak jsme v předběžných odhadech podcenili zájem o čerstvé potraviny, tedy produkty, u kterých jsme očekávali, že zákazník bude chtít především vybírat očima. Přitom zákazníci zcela bez obav nakupují jak ovoce, zeleninu a čerstvé bylinky, tak maso a ryby.“ Dilem je to způsobeno tím, že e-shopy byly schopny přesvědčit zákazníka o kvalitě zavážených potravin – strach z čerstvosti zboží byl přitom považován za jednu z hlavních zákaznických bariér. Například Kolonial.cz kvůli tomu zavázal až den po objednávce – díky tomu může být čerstvé zboží k nákupu přidáno samotnými dodavateli těsně před tím, než vyrazí k zákazníkovi. Druhým důvodem je skutečnost, že nákup po síti je méně impulzivní. V případě plánovaných nákupů uživatelé více zkoumají složení potravin a volí ty kvalitnější.

„Košíky zákazníků, kteří objednávají potraviny na následující den, častěji obsahují produkty bez konzervantů, umělých barviv, sladidel, glutamátu a dalších aditiv. Typickým příkladem zboží, o které v případě našich online nákupů je menší zájem, jsou masné výrobky nebo uzeniny s nižším obsahem masa,“ vysvětlil Petr Vyhňálek. (tz)

Banky v roce 2025: I mládež je konzervativní

Jak bude vypadat retailové bankovníctví za deset let? Výsledek studie České bankovní asociace ve spolupráci s VŠE je jednoznačný: bankovní pobočky mají svůj význam a nezaniknou, banky jsou vnímány jako instituce s největším zákaznickým pohodlím, a tak i nejmladší generace preferuje služby bank před nebankovním sektorem. Budoucnost podle mladých mají bezkontaktní platby a platby mobilním telefonem. Role Fintech společností narůstá, ale nepřevládne.

Za posledních deset let se v českém bankovníctví mnohé změnilo, především to byl nástup moderních technologií internetového bankovníctví, ale i mobilní aplikace a bezkontaktní platby. A právě jako reakce na měnící se situaci na trhu bankovních služeb vznikla z iniciativy Vědeckého grémia České bankovní asociace studie Retailová banka 2025: Mezigenerační střet nebo shoda?

„Studie se pokouší nalézt hlavní směry změn bankovníctví v příštích deseti letech. Někteří

odborníci se domnívají, že možnosti digitalizace jsou téměř neomezené, takže bankovníctví by mohlo nabyt zcela virtuální podoby.

Konzervativnější názory zase poukazují na nezbytnost mezilidské komunikace a limity technologických změn. Určitá část názorových rozdílů souvisí s věkem, určitá část je vedena napříč demografickým spektrem. I proto je tato studie částečně pojata jako mezigenerační polemika,“ řekla hlavní ekonomka ČBA Eva Zamrazilová.

Studie se zaměřila na budoucnost tří základních služeb, které banka poskytuje klientům – přijímání depozit, poskytování úvěrů a platební styk. Odpovídali respondenti z bank, respondenti z nebankovních institucí a studenti ekonomických vysokých škol.

„Zajímavým zjištěním je vyvrácení hypotézy, podle které měly být ve vztahu k budoucnosti poboček bankéři optimističtější než nebankéři. V odpovědích se totiž bankéři domnívají, že počet bankovních poboček klesne více, než odhadují ostatní respondenti, bankéři jsou tak pesimističtější,“ sdělil Petr Teplý z Fakulty financí a účetnictví VŠE a potvrdil, že pobočky dostaly šanci a pravděpodobně tak ani za deset let nezmizí, budou se však muset změnit a více přiblížit k pohodlí klienta.

S rozšiřující se digitalizací dochází i k proměně konkurenčního prostředí. Nefinanční bankovní subjekty (Fintech společnosti) zatím požívají výhod plynoucích z toho, že na rozdíl od bank nejsou výrazněji svázány pravidly nákladné regulace ani zatíženy minulými náklady. Problémem digitalizace u velkých a středních bank je integrace stávajících systémů, malé banky spatřují největší potíže v nákladech.

„Přestože pro banky není jednoduché silně konkurenci čelit, protože mají na rozdíl od Fintech společností široké produktové portfolio, které je nákladné inovovat, výsledky studie ukázaly, že úloha Fintech společností při finančním zprostředkování je i přes jejich dynamický nárůst ve srovnání s bankami stále minoritní,“ vysvětlil Petr Teplý. Jeho slova potvrzují i odpovědi respondentů zejména mladší generace, kteří preferují služby bank před nebankovními subjekty. Navíc jsou napříč generacemi banky vnímány jako instituce s největším zákaznickým pohodlím. Závěrem je možné tvrdit, že banky jsou v České republice vnímány pozitivně u všech typů generací (Baby Boom, Generace X, Y a Z) a mají jejich důvěru, všechny generace jsou poměrně konzervativní, ani Generace Y a Z nevyžadují překotné inovace. (tz)

INZERCE

Spočítejte si své náklady na provoz vozového parku

Na našich webových stránkách je nyní k dispozici kalkulačka pro sečtení všech nákladů na váš vozový park při různých způsobech financování. S jeho pomocí si můžete snadno zjistit, jaké budou vaše náklady na provoz po dobu 4 let. Můžete se tak snadněji rozhodnout, jak výhodný by byl pro vás operativní leasing.



It's easier to leaseplan

VARNSDORF
TOS

**NAŠE OBRÁBĚCÍ
STROJE
VÍCE NEŽ 100 LET
VYTVÁŘEJÍ SVĚT
OKOLO VÁS**

**VODOROVNÉ VYVRTÁVACÍ
A FRÉZOVACÍ
STROJE**
**VODOROVNÁ
OBRÁBĚCÍ
CENTRA**

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

WHR 13 (Q)



WHtec 130



WRD 130/150 (Q)



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

