

červenec 2016

fresh[®] TIME

PROSPERITA

Osobnosti tohoto vydání:

František Dolejší

Jiří Halbrštát

Miloš Škrdlík

Jan Urban

Milan Škoda

Jan Tykvart



František Dolejší

Tradice rodinné firmy:
kvalita a chuť

rozhovor na stranách 2–3

Tradice rodinné firmy: **kvalita a chuť**



MVDr. František Dolejší

Než jsem se rozjela do Davle za Prahou na kus řeči do Řeznictví a uzenářství U Dolejších, s.r.o., připravila jsem si spoustu otázek, abych se toho dověděla co nejvíce za úměrný čas a také hostitele nezdržovala dotazy zbytečnými, nemístnými či nezodpověditelnými. Úmysl to byl dobrý, ale hned na začátku povídání se mi nějak vymkl z ruky. S MVDr. Františkem Dolejším, čtyřiasedmadesátiletým spolujednatelkou firmy, který je v generační posloupnosti třetím Františkem v řadě vyhlášených místních řezníků a uzenářů, se hovor brzy stočil na všechno možné.

Mezi tím mi tento vážený muž také představoval své spolupracovníky, členy rozvětvené rodiny, každý poznamenal něco, nebo o každém jsem se dověděla jedno podstatné, až jsem nakonec skoro nevěděla, kdo je kdo. Dcera, snacha, syn, vnuk, předkové, kteří už před lety dbali na jméno, kvalitu i dobré sousedské vztahy. Ano, rodinná firma každým coulem, rodinná tradice, rodinné receptury, rodinný názor, rodinná reprezentace, rodinná čest a sláva. Konče dvaceti letým vnukem, který začíná do tajů úspěchu právě pronikat, pokračuje jím pátá generace Dolejších bez ztráty kytičky. Firma je na trhu 115. rokem, nepočítáme-li dobu, kdy majetek patřil státu a zdejší odborníci pracovali tak, jak to bývalo ještě před 30 lety zvykem. V roce 1991 byl majetek restituován a dnes je důstojným zázámkem pro výrobu nefalšovaných dobrot, jež patří na náš stůl. František Dolejší jako nestor příkladných potravinářů a špičkových odborníků dostal v soutěži Česká chuťovka v loňském roce ocenění Rytíř české chuti. Jemu patřila všehochoť mých otázek, těch původně zamýšlených i dalších:

Vaše firma má dlouhou historii. Pořád sázíte na poctivé české řemeslo. Co je základem?

Vztah k práci. Poctivé to bylo za našich předků, poctivé to musí být i teď. Z toho vycházím. Změnily se stroje, zvedla se produktivita, rozrostl se sortiment, ale jedno zůstává: poctivá řezničina. Co si pod tím představíte? Asi to, že nám záleží na

všem, co děláme. Přejeme si, aby lidem naše párky a salámy, a nejen ony, chutnaly. Když bychom měli prázdný krám, byl by to ukazatel toho, že děláme něco špatně. Zatím je to naopak.

Jak dlouho jste v oboru?

Od roku 1957. To je 59 let.

A pořád vám chutná? Neměníte občas provoz za posezení v cukrárně?

Chutná. Asi je to osudové. A nebráním se. Nejraději mám naši sekanou a gothaj. Pořád. Jsem z generace, která na sekané i tomhle salámu vyrostla. Naše sekaná je navíc vyhlášená a já na ni nedám dopustit. A gothaj, když se nešídí, je jeden z nejlepších salámů všech dob. To potvrdí každý, kdo uzeninám rozumí. Udělat ho, aby byl lahůdkou, neumí každý, receptura byla jeden čas podceňovaná, gothaj byl příliš obyčejný, měkký salám, svačina pro dělníka. Mám na to jiný názor – ten, kdo ho umí namíchat, je mistrem. A měkké uzeniny není třeba podceňovat a zaměňovat je s nekvalitními. Ostatně už zase jdou do módy. Spotřebitel přišel na to, že mají něco do sebe.

Maso pouze zpracováváte, nebo máte také porážku?

Maso nakupujeme jak od českých dodavatelů, těm se snažíme dát přednost, ale bereme i ze za-

hraničí, jatky nemáme. Avšak nezapomínáme ani na klasické venkovské zabíjačky kamarádů, známých. Rádi jim s vnukem přijdeme pomoci, a také proto, aby ten náš nejmladší „pokračovatel“ viděl, jak se pravá domácí porážka odehrává. Chci mu vždy ukázat, co všechno k takové slavnosti patří, i tu náladu, i to, co všechno se dá z pašíka vyrobit. Dříve jsme samozřejmě bývali aktivnější, to se na venkově čuníků drželo více, vzpomínám, že za zimu jsme stačili zabíjaček i dvě stovky. To víte, byla to dřina, ale odváděli jsme užitečnou práci, z níž byla radost. Takže ze cviku jsem nevyšel. Polévka, ovar, jitrničky, jelítka, maso na uzení, vyškvařit sádlo, všechno ohlídat, aby se z čuníka nic nevyhodilo. Když chcete mít dobrá žemlová jelítka, musíte pěkně nakrájet maso na kostičky, pak je to ta pravá chuť.

Ctíte tradici a navazujete na ni, často o tom hovoříte...

To ano. Tradice je něco, čeho bychom si měli považovat. Ona nás vede správnou cestou zkušeností dopředu. Já byl vždycky rád, když jsem si mohl popovídat se staršími, vyptat se jich, jak se dělá to, jak ono, jak docílit takové či onaké chuti, zkrátka, když to šlo, ptal jsem se a ptal, zajímalo mne to. Většinu z jejich rad si pamatuji dodnes, získal jsem tak ty nejlepší základy výroby. Držím se jich, i když technika hodně pokročila.

Receptury se zpravidla předávají z generace na generaci. Jak u vás?

Je to tak. Receptury jako takové se moc nemění. Spíše přibývá nových, a to má logiku. Hlavně je potřeba dodržovat kvalitu. Výkonné mašiny jen dopomáhají k lepšímu zpracování většího množství surovin. Držíme se starých, vyzkoušených postupů, nepoužíváme náhražky. Sortiment obsahuje i bezpečkové výrobky, na obalech je to uvedeno.

Určitě jste připravili na začátek grilovací sezony nějakou novinku...

Protože zájem o grilování roste a protože jsme oblastí, kde přes léto obyvatel, hlavně chatařů



a táborníků přibude zhruba dvojnásobně, snažíme se pro dobu prázdnin vždy něco nového vymyslet. Milovníci opékání a ohničků na to čekají. Tentokrát to je tedy grilovací klobáska s petrželkou. Zavedli jsme do prodeje i marinovanou masu, po kterých je velká poptávka. Na druhé straně vyrábíme stále jen jeden druh špekáčku, tedy přes sto let, a pořád podle stejné receptury. Jdou hodně na odbyt, a právě proto, že jsou stále stejné. Pokud chutnají, není nutné měnit. A špekáček nad plamenem – cožpak je něco romantičtějšího? Také jsme zaznamenali, že se zákazníci vrací ke klasickým výrobkům, které k české kuchyni vždycky patřily – špekáčky, párky, taliány, v zimě sulc, jitrnice, tlačenka.

Co jsou Davelské Macešky?

Jestli znáte osobnosti českého uzenářství, pak jistě víte, kdo to byl Emanuel Maceška, významný pražský uzenář. A ten vyráběl takovou vynikající pochoutku, polosyrové vuřty, již většina lidí zná pod názvem čajovka, métský salám apod. Maceška tuhle dobrotu uměl skvěle, a tak jsme nedávno na jeho recepturu navázali a výrobek pojmenovali po něm. Macešky jdou hodně na odbyt, což svědčí o tom, že lidem prostě chutnají. Když rodina Macešků zrestiturovala nedávno budovu, kde firma Maceška dříve působila, byli jsme poctěni tím, že jsme u té slávy mohli být. Jako ochutnávku jsme podávali tyto Macešky.

Vidíte, a jsme zpět u tradice. A zásad rodného podnikání. Jak byste je charakterizoval?

Je to celkem jednoduché. Řezničinu a uzeniny dělal můj děda, otec, pokračuje padesátiletý syn a dvacetiletý vnuk se už zaučuje. Všichni musíme vědět, co toto řemeslo obnáší, že je to čest věnovat se právě tomu, co jsme zvolili. Dbáme na kvalitu, tedy na naše jméno, a spoléháme na to, že jako rodina táhneme všichni za jeden provaz. Soudržnost je důležitá, stejně tak jako péče o to, abychom se zákazníkům věnovali podle jejich přání. Spoléháme na to, že v prodejně se člověk může poradit, jaké maso koupit, co z něj uvařit, na co se jaký druh hodí. Nejsme anonymní, sloužíme ostatním a na službách si zakládáme. Není nám lhostejné, co se o nás říká, a přejeme si, aby lidem chutnalo.

Kvalita potravinářských výrobků je dnes stále na talíři nejrůznějších hodnotitelů. Mluví se o ní ve vládě, mezi politiky, i v hospodě. Jak ji vnímáte?

Co to je kvalita? Ono je to těžké. Vždy souvisí s cenou. Naštěstí už zákazníci požadují raději hodnotnější výrobky a za ně jsou ochotni si zaplatit. My se snažíme držet ceny takové, aby nám klientelu neodrazovaly. Denně kontrolujeme své výrobky stejně jako vstupní suroviny ve své vlastní laboratoři. Povinně denně degustujeme, kontrolujeme řadu ukazatelů – jaký je vzhled na řezu, jak chutná, jestli složení odpovídá receptuře. A držíme se zásady, že lacinější výrobek musí být stejně chutný jako ten dražší. Stejně pozornosti se dostává paštice i salámu, párku i tlačenice. Výrobkům delikatesnějším i zdánlivě obyčejným.



Možná právě proto jste tak vyhlášení...

Snažíme se o to. Jedna věc je kvalita, druhá komunikace se zákazníkem. Kvalita i nezbytnost, komunikaci se stále učíme. Snažíme se vysvětlovat svým prodávacům v našich třech vlastních prodejnách, že musí s kupujícími mluvit vstřícně, vlídně, být s ním ve stálém kontaktu, naslouchat mu, prohodit pár pěkných slov. On si to zapamatuje a rád se vrátí. Lidi si potřebují povídat, ne jen něco koupit. Přejeme si, aby k nám lidé chodili rádi a aby ostatním naše zboží i služby doporučili. To dělá hodně – osobní reference, jak se tomu dnes říká, mají velkou váhu.

A co raději nakupují muži a co ženy?

Muži jednoznačně častěji míří k teplému pultu, který máme ve všech prodejnách. Na sekanou, na pečená žebírka. Ženy chodí nejraději pro maso, aby ho dostaly v kuchyňské úpravě tak, aby na ně, jak se říká, doma nemusely sáhnout. Tedy plátky na řízek, na ptáčky, pěkný kousek na roládu nebo kostky na gulášek...

Zkoušel jste sám někdy prodávat?

Nejen já, ale všichni! Když jsme začínali, museli jsme projít i tím, že jsme si stoupli za pult. Ale mě více baví samotná výroba. Přesto vím, právě proto, že jsem si to vyzkoušel, jak namáhavé je pečovat o zákazníka. Je to opravdové umění. Umění nabídnout produkt, službu, zajímat se i o jeho strasti a radosti. Dodat, co si přeje. A nesnažit se prodat za každou cenu.

Rodinný podnik má ve vašem pojetí ještě jeden význam. Prozradíte?

Velmi rád. Nejde jen o naši rodinu. Pracují u nás již celé další rodiny. Zaměstnáváme lidi z okolí, když u nás působí hlava rodiny, často pak nastoupí jeho manželka nebo později děti. Vypovídá to o vztazích na pracovišti. Na tom, aby byli zaměstnanci u nás spokojeni, nám záleží. A mít pro 80 lidí na mzdy, to je na druhé straně velký závazek. Tady Na Javorce, ve výrobě, kterou jsme vystavěli před 25 lety, vyrostly už vlastně další mladé generace uzenářů.

Za dobroty, jimiž zásobujete Prahu a okolí, jste obdrželi hodně různých ocenění, Regionální potravina Středočeského kraje, Klasu i Českou chuťovku. Je to obrázek nejen o kvalitě, ale také o inovacích i té podmanivé tradici.

I tak by se to dalo říci. Samozřejmě nás to velice těší a povzbuzuje. S inovacemi nejdeme překotně, ale s rozvahou. Než se výrobek na trhu chytne, také to chvíli trvá, a my rádi sázíme na jistotu. Než se vyvine, není to ze dne na den. Zkoušíme, ladíme recepturu, ochutnáváme, musí to být to pravé. Máme například sedm druhů paštik. A paštiky, ty nám šly vždycky dobře. Selská medvědí je ta s medvědí česnekem, další oblíbené jsou zapékané. Ty se také hodně prodávají o Vánocích.

Sice jsou letní dovolené, ale firmy již myslí na nejhojnější svátky zimy. Také si u vás mohou objednat dárkové vánoční balíčky?

To víte, že ano. Máme již stálé odběratele, kteří jsou každý rok spokojeni. Nebráníme se ani dalším. Stačí k nám zatelefonovat a domluvit se, nechat si poradit, doporučit, sestavit obsah, aby potěšil a udělal tu pravou radost. Dárkové balíčky sestavujeme pro různé příležitosti, k narozeninám, svátkům, k firemnímu ocenění apod.

Jemný párek nemůže chybět na pořádné svatbě...

Také že nechybí. Nevím, na kolika svatbách naše párky byly, těžko by se to dalo spočítat, a statistiku si nevedeme. Pro takový vzácný okamžik se dělají minipárečky ve skopových střívcích, které k takovým příležitostem prostě neodmyslitelně patří.

S čím se chystáte letos na Českou chuťovku? Vyhodnocení se odehraje sice až 20. října, ale určitě něčím překvapíte...

Rádi bychom, ale je na to ještě brzy. Máme takovou nepísanou zásadu, že se rozhodujeme až těsně před uzavěrkou přihlášek. Možná přijdeme s něčím, o čem se teprve budeme rozhodovat, zda na trh umístíme, nebo ne. Nebo se zrovna budeme zabývat nějakým nápadem, který se ukáže jako nosný pro nadcházející zimní sezonu, no, nechte se překvapit.

za rozhovor poděkovala Eva Brix



krebba Freeimages

Pracovat až do smrti?

Mileniálové jsou lidé, kteří se narodili v letech 1980–1995 a jsou první generací vyrůstající ve světě online technologií. Někdy se jim přezdívá generace Y. Jak je lze charakterizovat? Připravují se například na to, že jejich kariéra bude ultramaratonským během, a předpokládají, že si cestou budou vybírat delší oddechové časy. To vyplývá z unikátního průzkumu ManpowerGroup.

Při výběru toho, kde a jak budou pracovat, sledují mileniálové tři priority: peníze, jistotu a volný čas. Chtějí být odměňováni za své úsilí, chtějí mít v zaměstnání jistotu, kterou chápou odlišně než předchozí generace, a přitom stále mít volnost, aby mohli jednou za čas zastavit a dobít baterky. Chtějí také pracovat se skvělymi lidmi, užívat si dobu strávenou v práci, a to s možností pracovat flexibilně a získávat nové dovednosti. Co to všechno znamená, jsem se zeptala Ing. Jiřího Halbrštáta, marketing managera ManpowerGroup v ČR:

Rozpoznali jste, co tato generace očekává a nač se chystá? Ví, jaký chce mít život?

Jsou to lidé, kteří dávají přednost jistotě v zaměstnání a příležitostem, kde jsou nové výzvy a typy práce. Na základě globálního průzkumu provedeného na vzorku 19 000 mileniálů nabízí naše studie také praktické rady, jak by měli zaměstnavatelé přehodnotit HR procesy při náborech, retenci a rozvoji zaměstnanců. To je, myslím si, velmi cenné. Mladí lidé chtějí žít, tedy i pracovat, jinak než jejich rodiče.



Ing. Jiří Halbrštát

Jakou roli tedy přisuzují práci? Bude považovat nad jinými aktivitami? Nebude jim vadit?

Možná se to bude zdát paradoxní, ale vadit jim rozhodně nebude. Mileniálové se připravují na to, že pobeží kariérní ultramaraton. Více než polovina z nich očekává, že bude pracovat ještě potom, kdy dosáhnou věku 65 let. 27 % předpokládá, že bude pracovat ještě po sedmdesátce a 12 % říká, že bude patrně pracovat až do smrti. V Japonsku je to více než třetina.

To se mi nějak nezdá. Mladí lidé nechtějí zaměstnání obětovat vše jako jejich otčové a matky, dnešní šedesátníci až sedmdesátníci...

Praxe je ale jiná. Mileniálové pracují déle a tvrději než předchozí generace. 84 % mileniálů

rovněž plánuje pracovní pauzu na dobu delší než čtyři týdny. Ačkoli ženy nejčastěji plánují pauzu v zaměstnání za účelem péče o děti, starší příbuzné apod., delší volno za účelem odpočinku je prioritou mužů i žen zhruba ve stejné míře. Takže – chtějí pracovat, ale i odpočívat tak, aby dlouho pracovat mohli.

Určitě se však mění jejich požadavky na způsob práce, asi není jejich touhou být v kanceláři nebo v autě od sedmi do čtyř, celý den, celý rok, celý život.

Mileniálové vítají, když mají možnosti využívat alternativní způsoby práce. I když dnes téměř tři čtvrtiny mileniálů pracují na plný úvazek, více než polovina říká, že je otevřena novým způsobům práce v budoucnu, jako je práce na volné noze, v krátkodobém angažmá nebo s několika zaměstnáními zároveň. Na 34 % uvažuje o vlastním podnikání.

Chtějí se dále vzdělávat, anebo mají jiné ambice, jak využívat čas?

Na 93 % mileniálů je ochotno investovat svůj čas nebo peníze do svého dalšího vzdělávání. Zpráva zdůrazňuje pozitivní korelaci mezi úspěchem lidí v kariéře – být lépe vzdělán, lépe připraven na zaměstnání a lépe placen – a jejich „učenílostí“ nebo zájmu se učit.

K jakému závěru jste dospěli?

Většina zaměstnavatelů napříč ekonomikou tvrdí, že nemůže najít dostatek lidí s vhodným profilem. Domníváme se, že je nevyhnutelné, aby zaměstnavatelé mnohem více naslouchali, co současná a budoucí generace na trhu práce hledá. Firmy musí být mnohem více kreativní a nemohou si jednoduše dovolit nebyť pro mileniály přitažlivými.

Není to až příliš nadčasový požadavek trhu? Některé zvyklosti se obtížně mění...

Mileniálové se hodlají posouvat, i když to nemusí nutně znamenat povýšení. Jsou zvyklí na rychlejší vývoj světa a chtějí rozmanitou kariéru, která svižněji postupuje vpřed. Jsou si vědomi toho, že musejí své dovednosti a schopnosti pravidelně zdokonalovat, aby zůstávali zaměstnatelnými po celý pracovní život. Na rozdíl od současné generace těch zralých, jejichž životní styl nemíní kopírovat. Zaměstnavatelé musí tedy skutečně hledat a najít nové způsoby jak zaměstnance motivovat, jako např. zajistit každému osobní rozvoj v zaměstnání podle jeho představ, a pomoci lidem získávat zkušenosti v organizaci. Důležité je si uvědomit, že to, co funguje u mileniálů, funguje i u zbytku pracovní síly.

Kde výzkum probíhal a kolik se ho účastnilo osob?

ManpowerGroup ho uskutečnila ve spolupráci s konzultační firmou Reputation Leaders. Šlo o kvantitativní globální studii na 19 000 pracujících mileniálů a 1500 náborových manažerů,

40 HODIN TÝDNĚ? KÉŽ BY ...

V rozporu s nálepkou lenochů, říkájí údaje něco jiného. **Mileniálové pracují stejně tvrdě, ne-li více, než jiné generace.** 73 % hlásí, že pracují více než 40 hodin týdně, přičemž více než čtvrtina pracuje více než 50 hodin týdně. Indičtí mileniálové tvrdí, že mají nejdelší pracovní týden a australskí ten nejkratší – v průměru 52, respektive 41 hodin. **Globálně, 26 % má dvě či více placených zaměstnání.**



rů, v 25 zemích. Cílem bylo porozumět tomu, co generace Y v dnešní době hledá, a my na základě toho v budoucnosti pomohli lidem i organizacím uspět v současném světě práce. Mileniálové byli identifikováni jako ti, kteří se narodili v období mezi lety 1982–1996, tedy to jsou lidé ve věku 20–34 let. Práce v terénu probíhaly v období únor až duben 2016. Na výzkumu se podílely tyto země: Argentina, Rakousko, Austrálie, Belgie, Brazílie, Bulharsko, Kanada, Čína, Francie, Německo, Řecko, Indie, Itálie, Japonsko, Malajsie, Mexiko, Nizozemsko, Spojené království a Spojené státy.

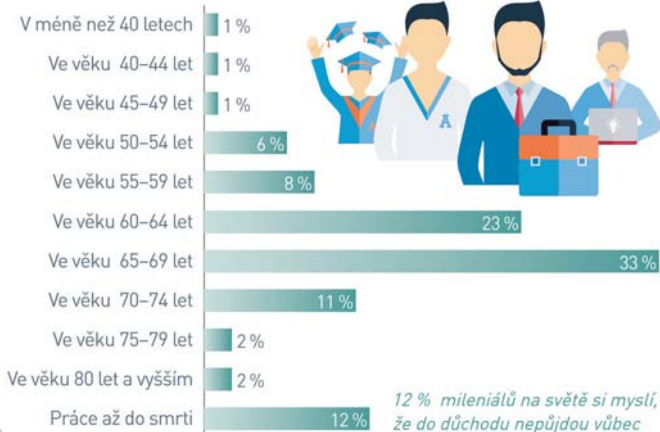
Co z toho pro vás zatím plyne?

Společnost ManpowerGroup je téměř 70 let světovým lídrem v poskytování inovativních

služeb a řešení na míru, které pokrývají životní cyklus zaměstnance a pomáhají jejím klientům dosáhnout svých cílů a zvýšit svoji konkurenceschopnost. Skupina společností ManpowerGroup, fungující pod značkami Experis, Manpower, ManpowerGroup Solutions a Right Management pomáhá 400 000 klientům v 80 zemích a oblastech zlepšit výkonnost jejich pracovníků a více než 600 000 uchazečům zajistí odpovídající práci. Pokud chceme být stále špičkou v oboru, musíme se snažit porozumět tomu, co se na pracovním trhu děje, předvídat, chápat souvislosti. Výzkumy jsou jednou z cest, nápovědou.

otázky připravila
Eva Brixi

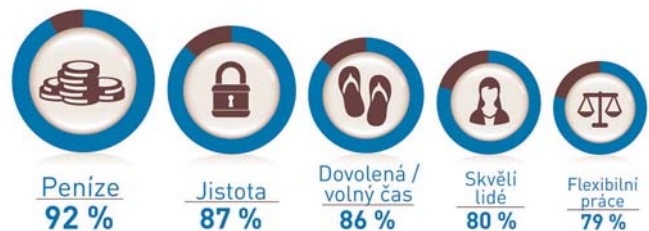
KDY MILENIÁLOVÉ OČEKÁVAJÍ ODCHOD DO DŮCHODU?



PENÍZE, JISTOTA A ČAS PŘIVONĚT SI K RŮŽIM

Při výběru toho, kde a jak budou pracovat, sledují mileniálové tři priority: **peníze, jistotu a volný čas.** Chtějí být odměňováni za své úsilí, chtějí mít v zaměstnání jistotu, a přitom stále volnost, aby mohli jednou za čas zastavit a dobít baterie. **Chtějí také pracovat se skvělými lidmi, užívat si dobu strávenou v práci, a to s možností pracovat flexibilně a získávat nové dovednosti a priority.**

PĚT NEJVYŠŠÍCH PRIORIT PŘI HLEDÁNÍ ZAMĚSTNÁNÍ



Stopa profesního života



Ing. Miloš Škrdlík, MSc., MBA

Kdo se vyzná v maloobchodě, má zkušeností z běžné denní praxe zákazníka i prodávajícího víc než dost. O čem jsou? Patrně především o vztazích. O vztazích mezi lidmi, ať už je člověk v roli kupujícího, nebo reprezentantem dodavatele či obchodního zástupce výrobce potravin. Pravdou pravdoucí zůstává, že každý z nás je jednou provždy zákazníkem, a těžko se na tom něco změní. Ale jen ten v pozici majitele či manažera prodejny nebo obchodní sítě vnímá toto jedinečné postavení z mnoha rozmanitých úhlů, o nichž laik nemá ani potuchy. Možná o to ostřeji, že i jeho niterná přání se mění někdy v realitu celá léta. Napadá mne, že kdybychom do nákupního vozíku dokázali přidat sem tam i nějaký ten příběh ze zákulisí obchodu, vážili bychom si příležitosti nakoupit cokoli a kdykoli možná o něco více a u pokladen bychom byli veselejší. Je-li moje úvaha správná, nebo ne, těžko soudit. Slovo tedy raději předávám osobnosti českého maloobchodu a jeho velkému znalci Ing. Miloši Škrdlíkovi, MSc., MBA, jednatele maloobchodní sítě Brněnka, spol. s r.o.

Jak se daří v letošním roce maloobchodu? Nakupují lidé ve vašich prodejnách více než třeba před čtyřmi roky?

Tak konkrétně: Brněnce se daří, lidé nakupují více než třeba před čtyřmi roky. Děkujeme za to!

Věrnostní programy do povědomí českých spotřebitelů úspěšně zakořenily. Vyžadují však pilný marketing i odvážnou kreativitu. Určitě nejde jen o letákové akce...

Ano, Brněnka má svůj vlastní věrnostní program, který naše zákaznice motivuje k nákupu vybraných výrobků s výraznou

slevou. Je to oblíbená metoda ke zvýšení nákupů a k získání slev... Funguje to.

Máte vlastní catering a provozujete i jídelnu v Brně. Co vám to přináší? Vyšší povědomí o značce Brněnka, lepší tržby, nebo spíš starosti?

Gastronomické služby úspěšně doplňují stávající Food sortiment našich prodejen a dávají našim zákazníkům další možnosti využití. Jednak naše jídelna v supermarketu Purkyňova, kde denně vydáme zhruba dvě stovky obědů, ale i náš catering servis, ve kterém obsluhujeme i třeba 700 osob. Vyjíždíme na nejrůznější akce sportovní, kulturní či společenské, rauty doplňujeme nejrůznějšími konferencemi či zasedáními. Samozřejmě, že se tímto nejen posloužíme zákazníkům, ale zvýší se i povědomí o značce Brněnka a zlepší se i tržby. Jsme za to rádi...

Jste zakládajícím členem AČTO. Práce v profesním uskupení je běh na dlouhou trať. Co je dnes jednoznačným úspěchem asociace a v čem se to již promítlo například do praxe Brněnky, případně spokojenosti kupujících?

Jednoznačným úspěchem asociace je to, že všech sedm aliancí v ní sdružených se pravidelně schází a komunikuje. Pojmenovává problémy a hledá řešení. Jednáme s ministry a poslanci, AČTO je připomínkovým místem pro legislativní procesy, vyjadřujeme se k návrhům zákonů, osobně jednáme v Poslanecké sněmovně. Společně s firmou ATOZ dvakrát ročně pořádáme Kongres Sámoška, určený



foto Shutterstock



Zmrzliny točené, kopečkové nebo v podobě nanuku...

Dáváte přednost točené zmrzlině před kopečkovou? Nebo jste dokonce milovníky nanuků? Ať už patříte k jedné, nebo druhé skupině, základ pro obě varianty je obestřen dlouhou historií. Zmrzlina musela urazit velký kus cesty v běhu staletí, abychom ji ochutnali.



nezávislým obchodníkům tradičního trhu, tedy nám malým a středním, kam si zvine ministry a odborníky na jednotlivá aktuální témata. Nyní pracujeme na certifikaci kvality našich jednotlivých prodejen, což určitě ocení i kupující.

Dokáží zákazníci motivovat personál prodejen? Nebo je tento vztah stále o litém boji naštvaných prodavaček a podrážděných zákazníků?

Samozřejmě je to stále choulostivé téma. Ačkoliv náš personál pravidelně a intenzivně proškoluje, a klademe velký důraz na profesionální komunikaci, pracujeme stále jen s lidmi, s jejich pozitivními i negativními vlastnostmi. Ale určitě se chování personálu k zákazníkům za poslední léta výrazně zlepšilo, to určitě...

Kdybyste měl možnost něco ze dne na den v maloobchodě změnit, co by to bylo?

1. Zastavil bych nesmyslnou honbu za co největším počtem letáků a nejvyšším počtem položek v nich – za co největší slevou na úkor kvality.
2. Dál bych výrazně zlepšil kvalitu prodáváných výrobků, byť i za vyšší cenu, a tím i dosažení vyšší přidané hodnoty, tu obchod hodně potřebuje, třeba k vyšším mzdám prodavaček a ke svému dalšímu rozvoji a investicím.
3. Zakázal bych prodej za podnákupní a podnákladové ceny – tedy prodejní cena výrobku by nikdy nemohla být nižší než cena výrobní a nákupní od výrobce či dodavatele.

Úspěch závisí také na řízení, osobnostech firem. Ten váš byl před pár lety ohodnocen v soutěži MANAŽER ROKU, získal jste ocenění Manažer odvětví a byl v Top 10 Manažerů roku. Je to stopa, která k vašemu profesnímu životu již navždy bude patřit?

Ano, je to tak, tohoto úspěchu si velmi, velmi vážím, bylo to v Praze na Žofíně velké a důstojné ocenění dvacetileté práce nejen mé, ale i mých spolupracovníků, celé naší firmy... A konkurence jako vždy byla velká! a je to stopa, která k mému profesnímu životu bude opravdu navždy patřit...

ptala se Eva Brixi

První verze vzniku zmrzliny je spojována s počátky výroby ve starověkém Řecku. Zmrzlina měla podobu ochuceného sněhu nebo ledu. Zámožní Řekové si pro sníh a led na Olympu posílali běžce, kteří si náklad podléhající zkáze předávali jako štafetový kolík. Jiné prameny uvádí, že to byli Mongolové, kdo přípravu zmrzliny rozšířili. Stalo se tak díky chladnému horskému klimatu, kdy často různé ochucené nápoje z mléka (koziho, velbloudího a jačího) zmrzly. Recept na takto vyrobenou zmrzlinu měl ve 13. století přivést do Evropy cestovatel Marco Polo. Třetí verze o historii této ledové pochoutky zmiňuje, že vznikla díky Číňanům, od nichž recept přebírali Arabové a Peršané. Od Arabů se naučili

dělat zmrzlinu Italové a její výrobu rozšířili dále po celé Evropě. Oproti tomu se může novodobá výroba zmrzlin jevit naprosto jednoduše. Zmrzliny Nestlé Schöller, výhradně zastoupeny v ČR firmou ALIMPEX FOOD a.s., na český trh přináší pro letošní léto dvě ledové osvěžující novinky. A to Pirulo Pineapple – vodovou zmrzlinu s exotickou ananasovou příchutí a Kaktus jablko-citron v tradiční pichlavé polevě na vrcholu.

„K letnímu osvěžení zmrzliny neodmyslitelně patří,“ potvrdil Martin Kincl, marketingový manažer značky Nestlé. „Na zmrzlinách Nestlé Schöller mám rád, že se odlišují od konkurence svými neotřelými příchutěmi a hravými tvary, které baví,“ dodal. (tz)



Muž, který ví, co chce

Stres předpokladem úspěchu ani zvýšené výkonnosti není



Doc. Jan Urban

Vydal jste dvě publikace, které nás mohou poučit o tom, jak lépe nakládat s časem a stresem. Proč jste si zvolil zrovna tyto dva fenomény?

Zabývám se léta poradenstvím a vzděláváním zaměstnanců a mou zkušeností je, že to, co pracovníkům (a tím i firmám) brání ve vyšší výkonnosti, nejsou často nedostatečné odborné schopnosti, ale snížená osobní efektivita. Tedy nedostatečná schopnost řídit sebe sama. Jde o způsob nakládání s vlastním časem, a tím i časem druhých, ale i o další nepřilíš účelné osobní zvyklosti. Tyto zvyklosti si zpravidla neuvědomujeme, přestože nás mnohdy zcela zbytečně a bezúčelně stresují. Navíc vytvářejí začarovaný kruh. Zvýšený stres, ke kterému vedou, snižuje naši výkonnost, a tím současně zvyšuje čas, který k práci potřebujeme. Příkladem je snaha být vždy a ve všech situacích absolutně dokonale, motivovaná zvýšenou obavou, že bychom jinak mohli být kritizováni. Pokud tomuto sklonu podlehneme, nebudeme mít na svou práci nikdy dost času. Její provedení můžeme totiž vždy ještě trochu vylepšit. Navíc se o absolutní dokonalost budeme snažit i tam, kde není nezbytná, což nám zabráni být dokonalý tam, kde důležitá skutečně je. Nad svými každodenními zvyklostmi by se proto měl každý čas od času zamyslet, udělat si, obrazně řečeno, jejich in-

Módní je sice americký úsměv, ale také negativistický pohled na svět. Abyste nevybočili z řady, musíte si stále na něco stěžovat, skuhrat nad tím, že chleba není tím, co býval, a že kolegové jsou falešní nebo že politika je jen o korupci. Pak se nad vámi možná obchodní partner slituje a zakázku dostanete. Jste totiž naladěni na stejnou vlnu jako on. Obdobně jste také ve stresu, nervně projíždíte e-maily v mobilu, pořád někam ze zvyku voláte, nevydržíte pár minut v klidu u monitoru, nezformulujete najednou několik zásadních vět, které je třeba poslat dál... Nevíte, o čem s vámi před hodinou mluvil šéf a zapomináte i hodinu, na kterou jste si smluvili báječné rande. Varování ve formě nadměrné únavy, špatného spánku a nestíhání čehokoli nejste schopni vnímat. Děláte chyby, které jsou jen začátkem maléru. Stop. Více není třeba co dodávat. Nutné je zamyslet se a začít jednat. Třeba se začtete do jedné ze dvou publikací, jež spolu úzce souvisejí. Jedna se jmenuje **Přestaňte se stresovat** v práci a druhá nese název **Jak lépe nakládat s časem**. Autorem je Doc. Jan Urban, spolujatel poradenské a vzdělávací společnosti Consilium Group, Management Consultants, spol. s r. o., ve které působí jako poradce a lektor:

venturu a těch méně produktivních, či dokonce škodlivých, se zbavit. Obě knížky, nazvané **Jak lépe nakládat s časem** a **Přestaňte se v práci stresovat**, k tomu podávají návod.

Organizovat si nejen pracovní čas, ale také ten osobní začalo být pro mnohé lidi velkým oříškem, uměním, nedostižnou hranicí. Čím to, že dospíváme často ke zdánlivě neřešitelným situacím?

Stresujících návyků provázejících náš pracovní i osobní život je nepřeberná řada. Za mnohé stresující situace, které přičítáme okolí, si proto často můžeme sami. Například tím, že si některé věci zbytečně bereme osobně, přestože s námi nijak nesouvisejí, že se stresujeme tím, co bylo a již nelze změnit nebo teprve může (ale nemusí) nastat, své úkoly zbytečně odkládáme, takže postupně bobtnají, vstupujeme do kon-

fliktů, ve kterých o nic nejde nebo které nemůžeme vyhrát, odmítáme přiznat chyby, a děláme tak z malých chyb velké, obáváme se odmítnout některé požadavky svého okolí, nebo dokonce slibujeme věci, které můžeme jen obtížně splnit, příliš rychle zaujímáme určité názory, aniž bychom zvážili jejich dopad, obáváme se požádat o to, co chceme, a to z obav, že budeme odmítnuti, zbytečně prosazujeme své ego apod.

Mohou za náš stres i technologie, které svými možnostmi předbíhají schopnosti člověka se adaptovat na vymoženosti, které sám světu přinesl?

Za stres skutečně někdy mohou moderní informační technologie, především tím, že brání naší koncentraci. Vytvářejí totiž často téměř nutkavě potřebu neustále kontrolovat mail či mobil, sledovat sociální sítě apod. Bez koncentrace však nelze nic podstatného dokázat. Kdykoli svou činnost přerušíme, abychom zjistili, co „důležitého“ se děje v „kybernetickém prostoru“, ztrácíme nejen čas, ale přetrháme i svou myšlenku. Ztráta či neschopnost soustředění je někdy dokonce ospravedlňována, a to představou o efektivitě tzv. multitaskingu, tedy souběžného vykonávání více činností. Lidé však více činností najednou ve skutečnosti nevykonávají. Jen přerušují jedny ve prospěch druhých. Jejich výkonnost tak v důsledku informačních technologií často paradoxně klesá. A to nemluvím o zaměstnancích, kteří tráví většinu času na webových stránkách, které s jejich prací nemají nic společného.



Co poradit podnikatelům a manažerům, aby se nezbláznili?

Za prvé je třeba se zbavit představy o vlastní nepostradatelnosti. Nenahraditelný není nikdo, a řadu činností, které nyní vykonáváme sami, mohou vykonávat i druzí. Stačí, když je to naučíme, budeme jim důvěřovat a zbavíme se sklonu je trvale podrobně kontrolovat či říkat jim, co přesně mají dělat. Nejsme-li schopni delegovat, stává se pro nás i řízení malého úseku úkolem přirovnatelným k řízení velké firmy. Podobně bychom neměli propadat workoholismu, tedy sklonu věnovat se jen práci či být na ni závislí podobně jako jiní na alkoholu nebo drogách. Workoholismus pramení ze dvou zdrojů: neschopnosti zvládnout práci v běžné pracovní době, často v důsledku neefektivního využívání času, a sklonu využívat ji jako náhradní aktivitu s cílem uniknout před jinými okolnostmi života. Workoholismus však dlouhodobě snižuje výkonnost. Navíc platí anglické přísloví, které říká: Too much work makes Jack a dull boy, volně přeloženo, příliš mnoho práce nás dělá nudnými.

A co byste doporučil lidem, kteří přijali stres jako základ své kariéry?

Ve vztahu ke stresu existuje jedno časté nedorozumění. Jde o představu, že je zdrojem úspěchu nebo alespoň nezbytnou cenou za jeho dosažení. Chcete-li být úspěšní, říká tento názor, musíte téměř trvale žít ve stresu. Lidé, kteří této představě věří, žijí v neustálém stresu nejen proto, že je k tomu okolnosti nutí, ale i z toho důvodu, že se domnívají, že se stanou výkonnější. Jsou úspěšní, nervózní, vznětliví a popudliví, nedokážou naslouchat ostatním, ztrácejí schopnost se nad věcmi podrobněji zamyslet a na nic jim nezbyvá dostatek času, jsou však přesvědčeni, že jde o jedinou cestu, jak být výkonní. Skutečností je, že stres předpokladem úspěchu ani zvýšené výkonnosti není. Narušuje totiž schopnost jasného myšlení i správného rozhodování. Vyvolává zkratové jednání, vede k černobílému vidění, pomíjení širších souvislostí nebo přijímání příliš rychlých soudů. Potlačuje i kreativitu. Navíc má sklon vyčerpávat, a vede tak k rychlejší únavě.

Model mikrofirmy: Jan Novák ji před 20 lety založil, sám ji intuitivně řídí, zakázky shání také sám, má čtyři zaměstnance, kteří odpracují osm hodin, těší se na víkend, o loajalitě nemají ani ponětí, firma zkrátka stojí na Janu Novákovi. Ač se snaží, nemůže sehnat obchodní zástupce, absolventi vysokých škol jsou drazí, tak všechno pytlíkuje, jak se dá. Doma mu to moc neklape, firma má přednost, ani jeho mzda není závratná, neboť musí zaplatit nejprve ostatní, aby vůbec jeho s.r.o. přežilo. Začíná mít zdravotní problémy, špatně usíná, buší mu srdce, stoupá tlak. Jak mu poradí vaše kniha?

Měl by si především položit otázku, zda mu současný „model“ jeho práce ve skutečnosti



nevychovuje, tedy zda se svou situací skutečně snaží změnit. Dojde-li k závěru, že ano, najde v obou knížkách řadu doporučení. Nejen v tom, jak si lépe rozvrhnout a naplánovat čas, stanovit cíle a priority či osekát činnosti nedůležitě, tj. lépe nakládat s vlastním časem, ale i jak lépe zacházet s časem svých spolupracovníků, jak je lépe motivovat, jak jim některé úkoly nejen zadat, ale i delegovat, a zvýšit tak

Nejúčinnější prevence stresu spočívá proto v tom, že se svých vlastních stresujících návyků snažíme zbavit. Tím, že se naučíme nebrat si některé věci osobně, že nebudeme vnímat jen nepříznivé stránky věcí, že se nebudeme snažit měnit okolnosti či osoby, které změnit nelze, že budeme více důvěřovat svým schopnostem, nebudeme vstupovat do zbytečných sporů apod.

jejich odpovědnost či loajalitu k firmě. Je totiž pravděpodobné, že velkou část problémů se svými zaměstnanci si svým přístupem k nim vytváří sám. Ani jeho spolupracovníci proto možná s danou situací nejsou nijak zvlášť spokojeni a poohlížejí se po práci jinde.

Lze se naučit bojovat proti stresu? A lze vyžít z zavedené vnímání nedostatku času? Zdravá výživa, drobné radosti, útěk do přírody, jóga, dýchání, delší dovolená? To jsou asi jen drobné krůčky. Kde je tedy podstata?

Stres patří nesporně k nejhorším moderním zabíjakům. Vyvolává či zhoršuje řadu chorob, urychluje stárnutí a podepisuje se na mnoha emocionálních obtížích. Nedávné výzkumy dokonce ukázaly, že nepolevující dlouhodobý stres dokáže změnit naši genetickou výbavu.

Důsledky stresu pro zdravotní stav tak mohou být někdy horší než dopady všech nezdravých potravin dohromady.

Zrádnost stresu spočívá navíc v tom, že jej velmi často zhoršují způsoby, jak na něj reagujeme. Stresovaný organizmus si jako „kompenzaci“ za svou újmu žádá odměnu. „Odměna“, které se mu dostává nejčastěji, však pro něj žádnou skutečnou odměnou není, ale naopak jej jen dále a více stresuje. Nejčastěji jde totiž o odměnu v podobě nadměrného či nezdravého jídla a pití, sledování televize, surfování na internetu, propadání počítačovým, nebo dokonce hazardním hrám, kouření či (přílišného) nakupování.

Na obranu proti stresu jsou často doporučovány nejrůznější relaxační metody, sahající od pravidelného pohybu či cvičení, častějšího pobytu na čerstvém vzduchu, pravidelného odpočívání se od práce, častější dovolené, delšího spánku, pomalejšího a prohloubeného dýchání až po meditace nebo solné koupele. Tyto či další metody mohou při boji se stresem nepochybně pomoci, především tím, že zvyšují vaši odolnost či toleranci vůči zátěži a odstraňují některé její důsledky. Příčiny stresu však samy o sobě neodstraňují.

Všechny příčiny stresu nemáme nikdy zcela pod kontrolou. Každá práce, i ta, kterou máme velmi rádi, může být stresující. Některé příčiny však pod kontrolou máme – ty, které si vytváříme sami. Nejúčinnější prevence stresu spočívá proto v tom, že se svých vlastních stresujících návyků snažíme zbavit. Tím, že se naučíme nebrat si některé věci osobně, že nebudeme vnímat jen nepříznivé stránky věcí, že se nebudeme snažit měnit okolnosti či osoby, které změnit nelze, že budeme více důvěřovat svým schopnostem, nebudeme vstupovat do zbytečných sporů apod. V českém prostředí přitom zřejmě pomáhá především snaha opřít se od zvláštního „daru“ národní povahy, a to sklonu koncentrovat se na nepříznivé okolnosti, vidět je i tam, kde nejsou, a přisuzovat jim ty nejhorší důvody.

otázky připravila Eva Brix

Kvůli šedé ekonomice přichází stát ročně o více než 109 miliard

Podle studie, kterou vypracovaly mezinárodní síť poradenských firem EY a společnost MasterCard, přichází stát kvůli šedé ekonomice ročně o více než 109 miliard korun. Studie byla prezentována na setkání se zástupci Svazu průmyslu a dopravy ČR a zabývala se tématem šedé ekonomiky v České republice. Podle posledních dostupných výpočtů činila odhadovaná výše šedé ekonomiky 11,3 % HDP.



2x foto Shutterstock

Trend klesajícího podílu šedé ekonomiky k HDP země byl zastaven světovou finanční krizí v roce 2008. Zatímco mezi lety 2004 a 2008 došlo se snížení šedé ekonomiky o téměř tři procentní body, v roce 2009 se tento trend obrátil a do roku 2010 vzrostla šedá ekonomika o jeden procentní bod.

Převážnou část šedé ekonomiky tvoří tzv. pasivní složka (zhruba 90 %), jejíž výrazného snížení lze docílit například podporou elektronických plateb, které na rozdíl od transakcí v hotovosti znemožňují provádění neregistrovaných transakcí. Na celkové pasivní šedé ekonomice má z hlediska sektorového rozdělení dominantní podíl odvětví potravin, nápojů a tabáku (39,6 %).

Dále následuje sektor HORECA (restaurace, kavárny, bary a další gastronomická zařízení) s 12,5% podílem.

Třetím v pořadí je automobilový a motocyklový průmysl, zejména ve spojitosti s opravami a servisními službami (8,6 %). Na druhém konci žebříčku lze zmínit např. veřejnou hromadnou dopravu (3,3 %), ubytovací zařízení (3,6 %) či sektor s oblečením a obuví (3,9 %).

Vysoká úroveň šedé ekonomiky má vážné ekonomické a sociální dopady na celou společnost. Mezi negativní důsledky patří např. nižší množství a kvalita veřejných statků, což se projevuje

nedostatkem peněz v jednotlivých sektorech (zdravotnictví, školství), narušení hospodářské soutěže na trhu či degradace a podfinancování ekonomických a sociálních institucí. Prostřednictvím těchto kanálů se zpomaluje i celkový hospodářský růst země.

Studie navrhuje několik možných řešení této problematiky. Mezi stěžejní návrhy patří:

- ✓ elektronické vyplácení mezd na bankovní účet nebo alternativně předplacenou kartou – zvýšení vládních příjmů o 1,4 miliardy Kč,

- ✓ elektronické vyplácení vládních transferů, důchodů a sociálních dávek – zvýšení vládních příjmů o 5,1 miliardy Kč,
- ✓ pobídky pro obchodníky – zvýšení vládních příjmů o 5,6 miliardy Kč,
- ✓ pobídky pro spotřebitele – zvýšení vládních příjmů o 26 miliard Kč,
- ✓ fiskální pokladny – zvýšení vládních příjmů o 5,7 miliardy Kč,
- ✓ zavedení limitu na hotovostní platby.

„MasterCard se intenzivně věnuje tématu šedé ekonomiky a snaží se proaktivně spolupracovat s vládami jednotlivých států v regionu,“ řekl

Miroslav Lukeš, generální ředitel MasterCard pro Českou republiku, Slovensko a Rakousko, a dodal: „V České republice společnost MasterCard vítá iniciativu registra-

ce transakcí a je zastáncem dalších opatření, např. aktivní podpory zavedení POS terminálů v maloobchodním sektoru tak, jak je tomu třeba v Itálii.“

„Problematika šedé ekonomiky je v současné době více než aktuální. Naše spolupráce s MasterCard měla za cíl vypracovat nezávislou odbornou analýzu, která se kromě evropských zemí zaměřuje detailně i na situaci v České republice,“ sdělil Marek Rozkrut, partner a hlavní ekonom EY v Polsku.

Společnost MasterCard podporuje i další řešení, jež mají spojitost s veřejným i soukromým sektorem. Mezi úspěšné projekty patří např. koncept Smart Cities, který přináší moderní dopravní řešení do mnoha českých a moravských měst. (tz)



Sazka přináší radost nejen výhrami



foto Freeimages

Celkové tržby společnosti Sazka za rok 2015 dosáhly 11,3 miliardy korun, meziročně o 23 % více a ve srovnání s rokem 2013 jde dokonce o 41% nárůst. Z utržených peněz šla polovina na vyplacení výher, bezmála 1,25 miliardy korun odvedla Sazka státu za loterní daň a daň z příjmu. Čistý zisk společnosti činil 994 milionů korun.

„V minulosti byly hospodářské výsledky Sazky silně spjaty s úspěšností Sportky jakožto největší loterie u nás. Mám radost, že se nám daří tuto přímou úměru stále snižovat. Podíl Sportky na celkových tržbách je samozřejmě stále markantní, nicméně například Eurojackpot a stírací losy tvoří v tuto chvíli dohromady

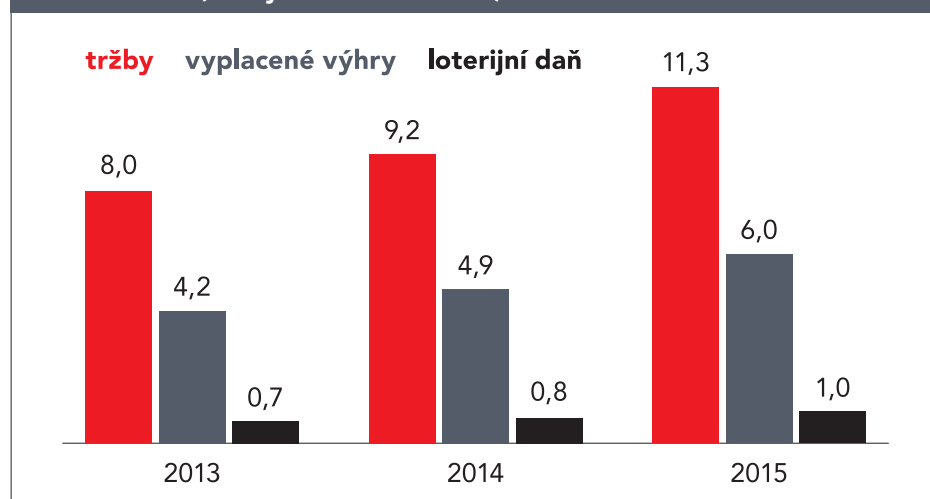
přibližně čtvrtinu loterních tržeb Sazky,“ řekl generální ředitel Sazky Robert Chvátal a dodal: „Výsledky prvního pololetí tohoto roku ukazují, že v nastaveném trendu zvyšování tržeb budeme pokračovat i letos, a to zhruba o 6–7 %. Počítali jsme s výraznějším růstem, ale přibrzdí nás o 3 % vyšší loterní daň, která zapříčiní pokles provozního zisku přibližně o 150 milionů korun.“

Výrazný vliv na hospodaření Sazky v dalších obdobích bude mít jistě také chystaný loterní zákon, který by měl začít platit od začátku roku 2017. V současné době se dají loterní hry, jako je Sportka nebo Eurojackpot, sázet pouze prostřednictvím terminálové sítě Sazky. Podle nového zákona budou hry spuštěny i na internetu. „Díky nové legislativě budeme moci oslovit nové hráče a zároveň lépe cílit na ty současné. Očekáváme také novou konkurenci, kterou zákon určitě přinese. Věřím, že regulátor bude striktně bojovat proti ilegálům, a zajistí tak rovné podmínky pro všech-

ny na trhu,“ doplnil Robert Chvátal. Počet milionářů vzrostl v meziročním srovnání téměř trojnásobně, v roce 2014 jich bylo 106, zatímco vloni se z milionové a vyšší výhry radovalo už 288 šťastlivců. Noví milionáři si rozdělili 1 154 056 794 korun. Celkově Sazka ve všech hrách vyplatila přes 25 milionů výher v hodnotě přesahující 6 miliard korun. Historicky nejvyšší výhru 2,466 miliardy korun si v květnu ve hře Eurojackpot připsal sázející z Pardubického kraje. „Hlavním důvodem rekordního počtu výher a tržeb jsou inovace v portfoliu her, kdy se zvýšil počet milionových výher. Pomohlo například zavedení doplňkové hry Plus Mega, a především rozpuštění Superjackpotu Sportky, díky kterému si stovka sázejících mezi sebe rozdělilo 200 milionů korun. Obliba loterních her je však u nás ve srovnání se zahraničím stále na nižší úrovni. Například v Rakousku sází více než polovina populace, v Česku jsme zhruba na třetině. Potenciál pro růst je zde stále obrovský,“ vysvětlil Robert Chvátal.

Sazka v loňském roce odvedla téměř miliardu korun na loterní dani. Na podporu mládežnického sportu putovala čtvrtina z celkové částky. „Vyšší odvod nám zákon neumožňuje, jeho novela ho úplně zrušila. Sazka je přesto stále připravena alokovat celou vyšší loterní daň ve prospěch českého sportu a kultury,“ uzavřel Robert Chvátal. Sazka ze svých prostředků realizuje spolu s Českým olympijským výborem několik projektů, které pomáhají rozvíjet české děti a mládež. Už třetím rokem běží na více než 1600 školách Sazka Olympijský víceboj, do něhož se zapojilo už přes 300 000 dětí. Sazka a ČOV zároveň spravují a vytvářejí největší databázi sportovních klubů a sportovišť na webu sportvokolí.cz. Díky partnerství s Českou olympijskou nadací se daří podporovat ve sportování děti ze sociálně znevýhodněných rodin. (tz)

Sazka v číslech (částky v miliardách korun)



Jsme tu pro milovníky fotografie

Značka FotoŠkoda má zvuk. Kdo se cítí alespoň trochu fotografem, ví, kde v Čechách leží centrum kvalitní fotografie – v pražském Paláci Langhans ve Vodičkově ulici. Dům o několika podlažích skrývá slavnou minulost i žhavou současnost fotografování. V té stopadesátileté tradici zde pokračuje podnikatel Milan Škoda.

Do Paláce Langhans vás jistě nepřivedla náhoda. Jak se to seběhlo?

Tady se vždy hodně fotografovalo. Fungoval tu známý fotoateliér už za Rakouska-Uherska. Chodila sem společenská smetánka, básníci i politici, tehdejší celebrity. Mne oslovila pravnučka Jana Langhanse, který to vybudoval. V roce 1992 dostala dům v restituci zpět a dlouho plánovala rekonstrukci. Zuzana Meissnerová, která je absolventkou FAMU a má k fotografii vztah, mne požádala, abych to tu provozoval. V té době jsem působil na protě přes ulici. Kývnul jsem na to a tady zpočátku vybavil tři patra.

Lepší místo pro vaši práci v Praze není. Čím vás nejvíc okouzlo?

Palác Langhans je zajímavý historií a tradicí. Komunisté to všechno chtěli v roce 1948 zničit. Naštěstí někdo vybral nejlepší desky z archivu, uschoval do bedny a zadržel. A mnohem později při rekonstrukci, když dělníci kopli do zdi, na ně truhla s tímto pokladem vypadla. Zachovat ho i pro příští pokolení se rozhodla paní Meissnerová, která v domě stále bydlí. Převádí archivní snímky do digitální podoby. Od roku 2002 se tu snažím Centrum FotoŠkoda bu-

dovat, zvětšovat a zlepšovat. Má tu být vše pro fotografování pod jednou střechou, jak zní naše heslo. Zákazník tu najde komplexní služby, fotoateliér, prodej nového zboží i bazar, vše, co je dostupné na trhu, včetně analogu. Máme jednotlivá oddělení rozdělená po celém domě, aby to bylo pokud možno i přehledné.

Přitáhnout zákazníky do nového místa pro vás jistě nebyl problém...

Opravdu nebyl. Naopak, už když jsem se stěhoval a chodil s nábytkem přes ulici, každou chvíli mě někdo chytil a ptal se, kdy se bude moci vyfotit. Nedivte se, ta tradice je v těch zdech uložená od roku 1870 a přitahuje zájem. Vodičkova byla vždycky fotografická ulice, do-

konce i za komunistů tady fungovalo několik provozoven a také učňovské středisko.

Vzpomenete si, jak jste začínal s fotografováním?

Můj otec byl živnostník, vyučený v oboru drogistů – foto. Měl prodejnu a přirozeně mne do kšeftu vedl. Už jako kluk jsem rád fotil, to patřilo k věci. Po maturitě jsem se hned specializoval, dali mi prodejnu foto-kino v Jindřišské. Tam jsem jako vedoucí vydržel až do Sametové revoluce. Tehdejší sortiment zahrnoval hlavně fotoaparáty ze SSSR a NDR, hodně jsme byli zaměřeni na zpracování fotografií.

Využil jste první příležitost k osamostatnění?

Duch podnikání u nás v rodině celou dobu totality zůstal živý, proto jsem hned v roce 1989 vymyslel koncept vlastní firmy. V době malé privatizace už jsem měl nakoupené zásoby a jel jako soukromník. Tehdy bylo podnikání pole neorané, téměř žádná konkurence. Začínal jsem s použitým zbožím, k tomu jsem přidal nové produkty. Za dva roky jsem vydělal dost peněz, abych mohl dál investovat, postupně zvětšovat podnik, nabírat nové služby, každým rokem přijímat pět až deset zaměstnanců. V roce 1995 jsem zaměstnával čtyřicet lidí, když jsem se stěhoval do Paláce Langhans, už dvakrát tolik.

A nemáte potíže se sháněním zaměstnanců?

Samozřejmě, jako každý narážím stále na problémy. Jde hlavně o to, aby lidi práce bavila. Často si neuvědomují, že tento business není o fotografování, ale je to především obchod. Na trhu jsme 25 let. Nejvíce si cením, že jsme ustáli různé vlny. Poslední roky jsou velmi těžké. Dnes už skoro každý fotí mobilem. Zůstává jen úzká skupina, která si kupuje fotografic-



Milan Škoda

ké přístroje. Musíme k nim přistupovat jinak než k široké masě. Jsme tu pro entuziasty, náročné zákazníky, milovníky fotografií. Každý z nich je pro nás důležitý a vyžaduje individuální péči. Chceme jim poskytnout veškerý servis, včetně vzdělávání. Například jim vysvětlujeme, že není dobré mít tisíce fotografií v počítači. Každý by se měl učit nejen fotografovat, ale i dál získaná data používat. Doporučujeme fotoknižky, vytisknutí fotografií a podobně. Máme dvacet specialistů, s nimiž pořádáme kurzy a přednášky. Každý měsíc jimi projde až 400 účastníků. Organizujeme dvakrát do roka i fotografické festy.

Daří se vám vychovávat další nadšence, zvyšovat úroveň fotografů?

Určitě ano. Oni jsou pro nás důležití, my jsme zas důležití pro ně. Propagujeme jejich práce, snažíme se, aby ti nejlepší se stali naší tváří. Máme galerii, kde vystavují, mohou u nás přednášet. A jejich zájem bývá obrovský. Symbióza s těmito lidmi je velmi úspěšná a oboustranně přínosná.

Máte i firemní klientelu?

Ano, zaměřujeme se na komplexní služby v nejvyšší kvalitě. Například kromě klasické obchodní spolupráce nabízíme i fotografování zaměstnanců, vedoucích pracovníků či zaznamenání firemních akcí. Často tiskneme velkoformátové fotografie do hotelů nebo provozních prostorů firem a kanceláří.

A jak se vám obchoduje v éře e-shopů? Proměnil se váš business hodně?

Zásadně. Tím, že neustále jdeme dopředu a investujeme do nových technologií, zůstáváme konkurenceschopní. U menších prodejců jde obrát s fotoaparáty dolů, u nás nahoru.



Máme investovány velké prostředky, to pokládám za největší výhodu. Neobejdeme se bez kvalitních webových stránek, maximální nabídky zboží, propojení se službami...

Myslíte si, že přežije klasická analogová fotografie?

Je to o mozku a vnímání obrazu. Ženy vnímají víc obraz fotografie než muži, starší lidé víc než mladí. Vždy tu budou vnímavější osoby, které si raději prohlédnou fotografie na papíře.

A právě my jsme tu pro ně, abychom jim poskytl, co mají rádi.

Jste z generace těch zkušenějších. Přemýšlel jste o svých nástupcích?

Už delší dobu budují rodinný podnik. Jeden syn mi pomáhá řídit firmu, druhý dělá ekonomiku, hlídá pohyb peněz. Ještě nějaký čas bych tu chtěl být s nimi a mít o všem přehled. Potom už chci jenom dohlížet, nicméně začínám předávat pravomoci nenásilnou a pomalou cestou.

Vezmete foťák do ruky ještě mimo práci?

Rád sportuji, jezdím denně na kole, mám zimní a vodní lyže. Bez fotografování by mi tohle hobby bylo k ničemu. Když něco dělám, chci to mít zdokumentováno. Samozřejmě stále fotím, nejraději při sportování. A rád mám v hledáčku i zahradu.

A čím fotografujete?

Na cestu беру něco malého. Teď třeba zkouším nové kompakty Sony a Olympus. Samozřejmě mám doma zrcadlovku s kvalitním dlouhým sklem, bez toho se sport dělat nedá. A na zahradu mám široký objektiv. Fotografická technika se vyvíjí, zlepšuje a stále mi dělá radost. Tak testuji a testuji.

hodně radosti v práci i volném čase popřál
Pavel Kačer



Pro podnikání nový Peugeot Expert: náskok o generaci

Na trh přichází nový Peugeot Expert. Navazuje na dynamiku obnovy modelové řady a rozvoje obchodní pozice značky Peugeot na trhu lehkých užitkových vozů. Nadčasové designérské principy, kterými je Peugeot snadno rozpoznatelný, dávají automobilu silný charakter kvalitního vozu, vyjadřující robustnost a modernost.

Vůz postavený na zcela novém podvozku plně využívá výhod modulární platformy EMP2, kterými jsou kompaktnost, nižší hmotnost, účinnost motorů s emisemi od 133 g CO₂/km a kvalita. Poprvé se tu vyskytují prvky výbavy, které se v tomto segmentu dosud neobjevily, jako jsou boční posuvné dveře s bezdotykovým otevíráním, modulární kabina se systémem Moduwork, Active Safety Brake, zpětná parkovací kamera se systémem VisioPark, 3D online navigace.

Nový Peugeot Expert zvládne maximální užitečné zatížení 1400 kg a existuje ve třech délkách: od zcela nové verze Compact s délkou 460 cm až po 530 cm. Jde o furgon, který je obzvláště přizpůsobený pohybu po městě. Je vysoký pouhých 190 cm. Auto získalo ve své kategorii nejvyšší stupeň hodnocení v testech Euro NCAP, tedy pět hvězdiček. Odborníci tvrdí, že nový Peugeot Expert má ve všech pohledů náskok o generaci.

Je zkoncipován tak, aby dokázal odpovědět na různé způsoby využití a na potřebu efektivity, kterou požadují firemní zákazníci. Daří se mu to díky novému podvozku, který vzešel z modulární platformy EMP2. Nový furgon značky Peugeot tak v sobě spojuje vnější kompaktní rozměry a maximální přepravní kapacitu, která je v tomto segmentu zcela zásadní.



Automobil je k dispozici ve třech délkách a se dvěma nebo třemi místy vepředu. Jeho užitečný objem je 6,6 m³ a užitečné zatížení 1400 kg v kombinaci s užitečnou délkou 4 m. Nejběžnější jsou verze Standard (495 cm) a Long (530 cm). Verze Compact o délce 460 cm, která je v segmentu jedinečná, umožňuje nakládat až 5,1 m³ a 1400 kg, užitečná délka je 332 cm. Díky těmto rozměrům a kratším převisům poskytuje Peugeot Expert velkou ovladatelnost, kterou ocení zejména firemní zákazníci, jež se denně pohybují po městě. Snížená výška 190 cm, která je v segmentu vzácností, zaručuje vozu nový Peugeot Expert vjezd na každé kryté parkoviště.

Nový Peugeot Expert je vybaven moderními a účinnými motory BlueHDi Euro 6 o výkonu od 95 k / 210 Nm po 180 k / 400 Nm, ve většině případů spojenými se systémem Stop&Start. Motory zaručují příjemné řízení a v tomto segmentu rekordně nízkou spotřebu paliva a nízké emise CO₂. Nová automatická převodovka

EAT6 u motoru Blue HDi 180 k zajišťuje nejen nízkou spotřebu a emise, ale také uvolňuje další prostor pro kolena cestujícího na středovém sedadle. Nejúčinnější verze vykazuje spotřebu

5,1 l/100 km a emise 133 g CO₂/km. Průměrná

spotřeba celé modelové řady Peugeot Expert je 5,4 l/100 km a emise 140 g CO₂/km, což jsou nejlepší hodnoty v segmentu.

Peugeot Expert mění zařazené principy. Proporce jsou harmonicky rozloženy mezi přední maskou, místem řidiče a zadní částí vozu. Kompaktní převisy a kola umístěná v rozích vozu dodávají stabilitu a výraznost. Čisté linie podtrhují ladnost vozu a jeho moderní tvar.

Světlomety zasazené do karoserie připomínají kompaktní hatchback Peugeot 308. Nová, velmi vysoko umístěná vertikální maska chladiče, která se poprvé objevila u nového SUV Peugeot 2008, dodává vozu Peugeot Expert ještě výraznější vzhled. Do středu mřížky chladiče je umístěno logo značky. Obvyklá horizontální žebra vystřídaly postupně se zvětšující plošky. Chromová lichoběžníková lišta, která je v horních rozích lehce zkosena, zdůrazňuje elegantní a moderní vzhled přední masky.

Čistě propracované boky protínají protáhlé linie a vyduuté prahy dveří podtrhující silu hladkých oblouků kol. Robustnost vozu Peugeot Expert posilují i nízké boční ochranné lišty a černý přední nárazník, do kterého jsou po celé šířce vozu zabudovány výstupy vzduchu. Firemní zákazníci, kteří kladou maximální důraz na image svého podniku, mohou zvolit příplatkový Pack Look. Ten zahrnuje prvky provedené v odstínu karoserie, jako je přední a zadní nárazník, kryt zpětných zrcátek a boční lišty, dále chromovaná lišta kolem masky chladiče. Světelný podpis s LED diodami, který je v rámci odkazu na vlajkovou loď značky – Peugeot 508 – začleněn do chromové lišty ve tvaru bumerangu, stejně jako mlhovky. (tz)



O finanční podpoře otců pečujících o děti

Projde-li úspěšně legislativním procesem vládní návrh, budou mít otcové příští rok nárok na týdenní otcovskou dovolenou. Finanční podpora rodin s dětmi je již nyní v Česku velmi vysoká a otcové mohou čerpat mateřskou a pobírat rodičovský příspěvek.

Vládní návrh počítá se změnami v zákoně o nemocenském pojištění, které by umožňovaly otcům dítěte nastoupit v období šesti týdnů ode dne narození dítěte nebo dne převzetí dítěte do péče na týdenní placenou otcovskou dovolenou. „Otcovské by činilo 70 % denního vyměřovacího základu, zjednodušeně řečeno by se vypočítávalo stejným způsobem jako mateřská,“ vysvětlila Gabriela Ivanco ze společnosti Mazars.

Může čerpat mateřskou

Nastávající maminka pobírá v Česku při splnění zákonných podmínek od 6. až 8. týdne před očekávaným dnem porodu mateřskou. Doba čerpání mateřské činí 28 týdnů, při vícečetném porodu 37 týdnů. Nárok na ni mají ty zaměstnankyně, jimž trvá v den nástupu na mateřskou pracovní poměr nebo které nastupují na mateřskou ve 180 denní ochranné lhůtě po skončení zaměstnání a jejichž účast na nemocenském pojištění trvala alespoň 270 dní v posledních dvou letech. Samostatně výdělečně činné ženy musejí být účastny na dobrovolném nemocenském pojištění 180 dní v období jednoho roku před porodem a rovněž mít zaplacené nemocenské pojištění alespoň 270 dní během posledních dvou let. Mateřskou však může v Česku pobírat i otec. „Otec může ženu na mateřské vystřídat nejdříve po skončení šestinedělí. Podmínkou je podepsání písemné dohody



foto Freeimages

s matkou dítěte, že bude otec o dítě pečovat. Mimo to musí otec pro čerpání mateřské splnit stejné podmínky jako matka dítěte,“ doplnila Gabriela Ivanco.

Rodičovský příspěvek

Na výplatu mateřské navazuje rodičovský příspěvek. Zatímco pro přiznání nároku na mateřskou musejí být splněny zákonné podmínky, pro čerpání rodičovského příspěvku žádné speciální podmínky stanoveny nejsou. Například studentky nebo dlouhodobě nezaměstnané maminky nemají na mateřskou nárok, protože nesplňují podmínku pojištění, rodičovský příspěvek však dostanou. Rodičovský příspěvek náleží otcům nebo matce při péči o nejmladší dítě v rodině, a to až do vyčerpání souhrnné částky 220 000 Kč, nejdéle ovšem do čtyř let věku dítěte. Splní-li alespoň jeden z rodičů podmínku pojištění, pak je možné vybrat si délku pobírání rodičovského příspěvku, a tím

i jeho měsíční výši. Ta nesmí překročit 70 % předešlé hrubé mzdy a může činit maximálně 11 500 Kč měsíčně. Když ani jeden z rodičů nesplňuje podmínku pojištění, potom je rodičovský příspěvek ze zákona pobírán 4 roky. „Otcové mají v Česku nárok na rodičovskou dovolenou stejně jako matky a během rodičovské dovolené též pobírají rodičovský příspěvek. Legislativa umožňuje i vzájemné vystřídání rodičů,“ sdělila Gabriela Ivanco ze společnosti Mazars.

Podmínky jsou v Česku příznivé

Výše mateřské závisí na předchozím příjmu rodiče. Kupříkladu u mzdy ve výši 20 000 Kč v rozhodném období činí měsíční mateřská 13 830 Kč. Rodiče s nižšími příjmy mají též nárok na porodné na první a druhé dítě. Na mateřskou navazuje rodičovský příspěvek, který je rovněž poměrně vysoký, zvláště při zvolení varianty jeho čerpání po kratší dobu. Doba péče o dítě do čtyřlet věku je navíc hodnocena pro důchodové účely a zdravotní pojištění je placeno státem. Druhý z výdělečně činných rodičů může dále při výpočtu měsíční čisté mzdy uplatňovat velmi vysoké daňové zvýhodnění, které se za kalendářní rok 2016 oproti roku 2015 ještě zvýšilo – na první dítě nyní činí 1117 Kč, na druhé 1417 Kč a na třetí a další dítě 1717 Kč měsíčně. Pokud druhý z manželů pobírá během roku pouze rodičovský příspěvek a vlastní roční příjmy nepřesahují 68 000 Kč, tak je možné v daňovém přiznání nebo ročním zúčtování daně prováděném zaměstnavatelem uplatnit vysokou daňovou slevu na manželku (manžela) ve výši 24 840 Kč. „Případné schválení vládního návrhu a zavedení otcovské finanční podmínky pro rodiny s dětmi ještě zlepší. Nižší porodnost tak nebude možné vysvětlovat finančními důvody,“ dodala Gabriela Ivanco. (tz)

INZERCE

PARTYLITE®

Oslavte **brazilské kouzlo**
se **zářivými vůněmi** a **novými dekoracemi.**

Hurá do Ria!

Nechte se unést energii a vášni Ria. Naše čtyři vůně jsou dokonalou oslavou pro vaše smysly – šťavnatá Guava Caipirinha, bujný Tropical Flower, mořská Copacabana Beach a exotická Sumba Sunset.

Vyzkoušejte je všechny s PartyLite!

www.partylite.cz



Široká paleta chuťových vjemů pro labužníky i běžné strávníky



Ing. Jan Tykvart

Mlékárna Kromilk, a.s., v Kroměříži patří k výrazným stopám historie i současnosti českého potravinářství, výrobě sýrů. Kdo jednou ze zdejšího sortimentu okusil, potvrdí, že nabídka víc než stoprocentně vyhovuje chuti domácích strávníků a nejen to. Polaská labužníky, povzbudí nedůvěřivce a dokáže inspirovat k občerstvení pro jakoukoli příležitost. Také za to bylo mnoho sýrů oceněno v nejrůznějších soutěžích. Ale co všechno je za takovým úspěchem? Určitě nejen vztah k tradici. Ing. Jan Tykvart, ředitel společnosti Kromilk, nastínil více:

Obliba tvrdých sýrů u nás roste. Kromilk je jedním z jejich významných výrobců. Co z tohoto sortimentu českému zákazníkovi nabízáte a oč má největší zájem?

Ze skupiny přírodních polotvrdých sýrů vyrábíme sýry typu Gouda a Eidam. Naše zaměření je především na sýry typu Gouda, kde máme tři sortimentní druhy a to Krásná Haná Gouda, jako bochník o hmotnosti cca 5 kg (případně jednotlivé výseče). Dále Hanáčkou kouli 1 kg a Kromík minigouda jako bochníček o hmotnosti 300 g. Krásná Haná Gouda zraje pod speciálním žlutým potravinářským nátěrem Plasticoat. Hanáčka koule a Kromík minigouda zrají pod vrstvou červeného potravinářského vosku. Tato povrchová úprava

je nejen technologicky užitečná, ale přináší spotřebiteli i zajímavý a atraktivní obal při nákupu. Společně s naším výhradním obchodním a marketingovým partnerem Alimpex food, a.s., Praha jsme nyní v květnu pro spotřebitele upravili provedení sýra Kromík minigouda do velmi atraktivního finálního obalu. Samozřejmě i nadále se snažíme balení těchto sýrů pro spotřebitele udělat zajímavé a pracujeme na zlepšení balení sýra Krásná Haná Gouda.

Sýry typu gouda u nás nabírají na popularitě. Proč?

Sýry typu Gouda jsou pro spotřebitele chutově atraktivnější a výrobci mohou více praco-

vat s různým typem, resp. dobou zralosti sýra. Tato skutečnost přináší zákazníkovi širokou paletu chuťových vjemů a umožňuje i lepší kombinace při podávání a volbě vhodného typu vína.

Také čerstvé sýry vyvažují náš jídelníček stále častěji. Co na nich spotřebitelé oceňují především?

Na čerstvých sýrech, jak již napovídá jejich název, si zákazník cení právě čerstvosti výroby a také možné široké palety chuťových úprav (koření, bylinky, apod.). Patříme k významným výrobcům tohoto segmentu a přinášíme zákazníkům širokou řadu čerstvých sýrů jak v klasickém provedení, tak i obalované v různých směsích bylinek a koření. Jsou v paletě chutí jemných až ostře pikantních.

Naopak se lidé začínají bát u nás tolik dřívě oblíbených tavených sýrů. Jsou opravdu tak škodlivé, anebo se dnes vyrábějí jinými metodami než v minulosti?

Pokles konzumace tavených sýrů u nás je nutno částečně přičíst zvyšující se oblibě sýrů čerstvých a termizovaných a bohužel také působení různých výživových poradců, jejichž publikované názory jsou mnohdy více než problematické a stojí na počátku různých mýtů o škodlivosti těchto výrobků. V této souvislosti Českomoravský mlékárenský svaz úzce spolupracuje se Společností pro výživu, která sdružuje renomované odborníky z řad lékařů a potravinářských specialistů a snaží se mnohdy publikované nepravdy o tavených sýrech, resp. mléčných potravinách, opravit a uvést na správnou míru.

Technologie výroby se samozřejmě v čase vyvíjí, a tak i u tavených sýrů jsou dnes moderní postupy, které umožňují vyrobit tyto sýry s delší trvanlivostí, což si mnohdy zákazník žádá. Pro vaši informaci v rámci EU se ročně vyrobí 680 000 tun tavených sýrů, z toho nejvíce v Německu, 173 000 tun, a ve Francii 137 000 tun, i když Francie patří mezi státy s největší konzumací přírodních sýrů. V ČR vyrábíme ročně 16 000 tun, což činí jen 2,34 % z výroby tavených sýrů v EU.

Inovace jsou základem úspěchu. Co nového chystáte pro labužníky?

Pro naše zákazníky, společně s Alimpexem, chystáme další inovace v řadě obalovaných čerstvých sýrů a termizovaných smetanových sýrů. Jak jsem již výše uvedl, také pracujeme na vylepšení balení sýrů řady Gouda.

V říjnu pořádáte konferenci Kroměřížské mlékařské dny. Co bude posláním?

V letošním roce pořádáme již 7. ročník této odborné konference ve spolupráci s Českomoravským svazem mlékařským. Chceme seznámit mlékařskou veřejnost s vývojem v technologiích výroby, balení a logistiky. Také budou prezentovány nové poznatky z oblasti kvality, hygieny výroby a sanitační. Vše o konferenci najdou zájemci na webových stránkách www.kmmd.eu.

Vaše mlékárna zásobuje trh nepřetržitě 112 let. Co si pod takovým vývojem můžeme představit? Jsou některé postupy výroby stejné? A co přinesly převratného nejnovější vědecké poznatky?

Naše mlékárna byla založena v roce 1902. Během této doby se samozřejmě měnil sortiment, i když vždy byl zájem o co nejširší s ohledem na úzkou spolupráci s mléká-

renskou školou, a tím vytváření zázemí pro odbornou praxi studentů. Tento záměr přetrval i do dnešních dnů, kdy mlékárnu vlastní společnost



KROMILK, a.s., Kroměříž, kterou tvoří zemědělci – dodavatelé mléka. Tím je zajištěna dodávka kvalitní suroviny, která je pro výrobu kvalitních sýrů nezbytná. Naše společnost je hrdá na to, že výrobky z Kromilku tuto pečť kvality nesou.

Výrobní postupy používáme tradiční klasické a přesto se i zde promítá vývoj technologie, např. v používaných materiálech na stroje a zařízení (nerez, plasty).

Také se uplatňují nové skladby čistých mlékařských kultur, moderní sanitační prostředky apod. Tradiční u nás zůstává vysoký podíl ruční práce a patří tedy díky našim zaměstnancům, převážně ženám, za jejich šikovnost a řemeslný fortel.

Věříme, že přes současnou složitou situaci na mléčném trhu naše společnost úspěšně oslaví 120 let svého trvání, právě ve spojení s vlastníky, resp. zemědělci – dodavateli mléka a stabilním obchodním a marketingovým partnerem Alimpex Food, a.s., Praha.

ptala se Eva Brixí

Češi si přejí prostorný vůz pro celou rodinu

Výsledky průzkumu společnosti Equa bank ukázaly, že 7 z 10 Čechů plánuje pořídit si nový či ojetý automobil do čtyř let, 38 % by přitom koupil rádo uskutečnilo během dvou let. Utrátit za něj chtějí průměrně 245 000 Kč, což je o třetinu více, než tomu bylo před dvěma lety. Nejčastějším požadavkem na nové auto je velikost a prostornost, aby se do něj vešla celá rodina (53 %), následuje bezpečnost (36 %) a veliký kufr (34 %). Téměř pětina respondentů plánuje nový automobil financovat úvěrem od banky (18 %), nejdůležitějším kritériem je přitom částka, o kolik přeplatí cenu automobilu (95 %).

„Za poslední dva roky výrazně stoupla výše průměrné částky, kterou jsou Češi ochotni za nákup auta zaplatit. Je to dáno především tím, že se české ekonomice daří, ale také tím, že jsou dnes úroky z úvěrů velmi nízké a ceny aut v posledních letech výrazně nerostou. Díky tomu tak Češi mohou dnes za stejné peníze kou-

pit lepší automobil než dříve,“ uvedl Ondřej Háek, ředitel oddělení úvěrových produktů Equa bank.

Pořízení zcela nového vozidla zvažuje 40 % dotázaných, ojetinu pravděpodobně zvolí 53 % respondentů. Zhruba 5 % z nich je navíc rozhodnuto pořídit auto v zahraničí, dalších 15 %

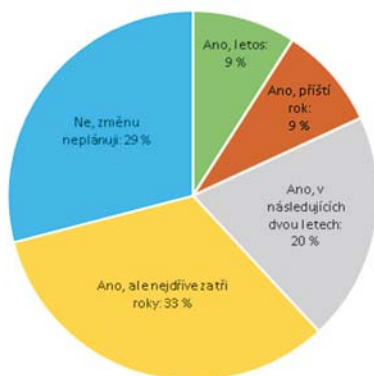
o tom uvažuje. Nejčastějším důvodem pro změnu vozidla je jeho stáří a najetý počet kilometrů (51 %). Druhým důvodem je pravidelná obměna vozového parku (18 %). Více než polovina respondentů (53 %) zůstane věrna značce vozidla, kterou nyní vlastní. Téměř čtvrtina dotázaných (22 %) značku spíše změní.

Automobil, který chtějí Češi vyměnit za novější, byl nejčastěji pořízen před dvěma až pěti lety (37 %). Každý pátý člověk odpověděl, že od nákupu současného vozu uběhlo již pět až deset let. Provoz auta nás měsíčně nejčastěji přijde na 2000 až 4000 korun. Uvedlo to 47 % dotázaných. Druhou nejčastější odpovědí (41 %) byla částka nižší než 2000 Kč.

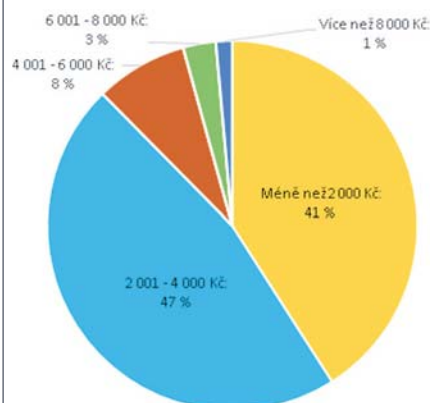
Průzkum pro Equa bank realizovala v červnu 2016 společnost Ipsos.

(tz)

Plánujete pořídit si v rodině jiný automobil?



Jaké máte přibližné měsíční výdaje na provoz automobilu?





Budu se na to muset zeptat

Mám ráda vztahy korektní, čisté, i když třeba jen ryze obchodní. Ctím pravidlo Má dáti dal, zásady kompromisů, aktivity navzájem obohacující. Moudří ne nadarmo tvrdí, že era spolupráce teprve přichází. A kdo na ni vsadí, bude zachráněn, veleben a dobře se mu povede.

A jiní, méně prozíraví, zahledění nabubřele do sebe, netuší, jaký manévrovací prostor už předem opouštějí, pokud takové pouto dávají k ledu. Bez jediného slova, bez zdůvodnění, nebo alespoň jedovaté poznámky o tom, že je ten druhý úplně nula, budižkníčemu. I když opak je pravdou. Ale jsou to takové věci mezi nebem a zemí. Myslím tím partnerské vztahy náklonnostní, spřátelené, jakékoliv. Trvají deset, dvacet let a jsou postaveny na důvěře, vzájemné výhodnosti i jasných přínosech. A z ničeho nic je konec. Najednou se stává jedna strana úžasná, a ta druhá poslední zapomenutý článek na chvostu. Říkám si: proč tak najednou? Proč poté, co je za oběma účastníky zájezdu vidět odhodlání prosazovat myšlenky, které někam vedou? Možná právě o to ti hloupí už nestojí. Kdoví. Budu se na to muset někoho zeptat.

Eva Brixí, šéfredaktorka

čtete s námi

Bavte se s novinkami od Krále Sýrů



Jestli jsou před vámi chvíle volna, dovolené, prázdnin nebo báječné víkendy plné nicnedělání, můžete experimentovat s novinkami v sortimentu sýrů. Značka Král Sýrů pro vás připravila dvě: Král Sýrů Provensálské bylinky a Král Sýrů Jalapeños. Úplně nový Král Sýrů

Provensálské bylinky je po pěti letech první hermelín kombinovaný s výjimečnými voňavými bylinkami. Směs se základem rozmarýnu, bazalky, oregana a tymiánu vytváří se sýrem dokonalou souhru. Hermelín se má párovat s čerstvými nebo sušenými rajčaty, praženými mandlemi a olivami. Ideální kombinaci vytvoříte s červenými víny s plnou ovocnou chutí, například Syrah. Druhým doporučením je Král Sýrů Jalapeños! Jedinou kombinací lahodného jemného sýra s výraznou chutí a vůní červených papriček určitě oceníte. Gurmáni doplňují s nachos chipsy a se zralým avokádem nebo s guacamole. Výborně se k této kombinaci chutí hodí oblíbená Frankovka či Rose z odrůdy Cabernet Sauvignon. Optimální doporučená teplota pro skladování sýrů je 2 až 7 °C. Více informací najdete na www.kralsyru.cz.

(tz)

Prosperita Fresh Time

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 5, červenec 2016

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

Šéfredaktorka: PhDr. Eva Brixí-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.

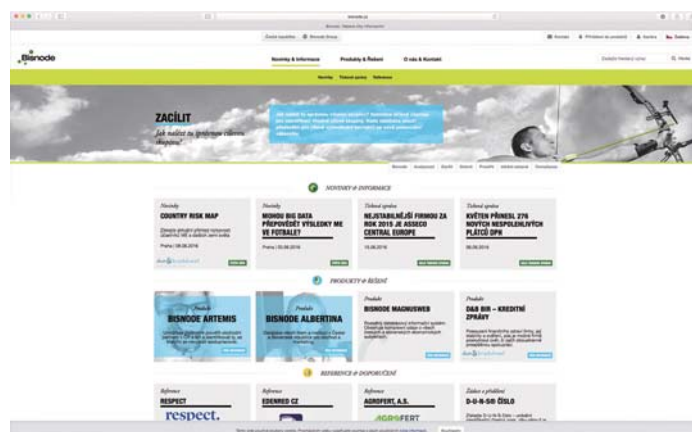
Placené textové materiály jsou označené grafickým symbolem ■■■

www.freshtime.cz

Internetový marketing: Media Know, www.mediaknow.net

Nejstabilnější firmou za rok 2015 je podle Bisnode Asseco Central Europe

Poradenská společnost Bisnode letos již po sedmé, v rámci samostatné kategorie žebříčku Czech Top 100, zveřejnila seznam stovky nejstabilnějších českých firem. Hlavní cenu, prestižní ocenění Czech Stability Award za rok 2015, získal softwarový dům Asseco Central Europe, a.s. Výsledky vycházejí z metodiky ratingového modelu Bisnode, který měří stabilitu jednotlivých společností. Model zároveň poskytuje nezávislý pohled na současný stav firem, jejich finanční situaci, a to včetně predikce rizika úpadku firmy v následujících dvanácti měsících. V předchozích šesti letech byly oceněny společnosti Jan Becher – Karlovarská Becherovka, VEBA textilní závody, Impromat INT, Seznam.cz, DEZA a Metrostav.



V žebříčku Top 100 nejstabilnějších firem v ČR za rok 2015 dle Czech Stability Rating se nejčastěji umístily společnosti ze zpracovatelského průmyslu (46 %) a zdravotnictví (10 %). „Za posledních sedm let, kdy Bisnode sestavuje žebříček nejstabilnějších firem v ČR, je za rok 2015 podíl zpracovatelského průmyslu nejvyšší. To souvisí s dobrou ekonomickou kondicí českého průmyslu,“ zhodnotil letošní výsledky generální manažer Bisnode pro ČR a Slovensko David Farský. Podle registrovaného sídla mají největší zastoupení firmy z Prahy (26 %) a Středočeského kraje (18 %).

„Certifikát Czech Stability Award, který vydává Bisnode ve spolupráci se Sdružením Czech Top 100, se za sedm let své existence stal nejprestižnějším firemním oceněním v České republice. Oceněným společnostem, které splní přísná kritéria hodnocení, přináší silný nástroj pro komunikování podnikatelských úspěchů vůči obchodním partnerům, zaměstnancům, investorům, vlastníkům či konkurenci, a tím zvyšuje jejich důvěryhodnost a prestiž na trhu,“ uvedl David Farský z Bisnode s tím, že potvrzuje jejich spolehlivost, důvěryhodnost a minimální rizikovitost spolupráce.

Jan Struž, předseda Sdružení Czech Top 100 k tomu dodal: „Jsme rádi, že žebříčky Czech Top 100, které vycházejí z dat, mapujících ekonomický vývoj firem v uplynulém období, jsou v posledních letech již tradičně doplňovány prostřednictvím Czech Stability Award rovněž projektem, který dokáže predikovat pravděpodobnost pozitivního vývoje i do budoucna. A těší nás i stoupající zájem řady firem o tento projekt.“

Ratingový model Bisnode je založen na ekonometrických technikách, exaktní statistické analýze a principech data miningu. Do analýzy vstupuje množství ukazatelů z oblasti individuálních charakteristik firmy (demografická data, informace o platebních zkušenostech, finanční údaje, vazby mezi subjekty i negativní informace) a makroekonomická data. Model je vyvíjen tak, aby bylo dosaženo maximální výkonnosti, která je dána především kvalitou a rozsahem dat, stejně jako i naprosto unikátní makroekonomickou komponentou.

(tz)

České firmy kybernetické hrozby podceňují, největší riziko vidí ve vlastních zaměstnancích

Společnost VMware, vedoucí firma v oblasti cloudové infrastruktury a firemní mobility, zveřejnila v červnu výsledky svého průzkumu zaměřeného na oblast kybernetické bezpečnosti v České republice, který realizovala specializovaná výzkumná agentura IBRS. Průzkum poukázal na to, že české podniky si riziko kybernetických útoků příliš nepřipouštějí.

Na otázku týkající se zranitelnosti odpovědělo 98 % IT manažerů tak, že infrastrukturu ve své firmě jako zranitelnou nevnímá. Češi se v tomto ukazují jako přehnaně optimističtí v porovnání s ostatními Evropany. Podle průzkumu společnosti VMware v regionu EMEA (Evropa, Střední východ a Afrika) totiž očekává více než třetina IT manažerů vážný kybernetický útok v příštích 90 dnech.

Jak výzkum odhalil, ochrana proti kybernetickým útokům patří mezi prioritami firem působících v České republice na nejnižší pozici, za klíčovou ji označilo pouze 15 % dotazovaných. První tři místa obsadily tradiční obchodní cíle, jako je růst firmy, akvizice zákazníků a inovace. Rizika spojená

s kybernetickými hrozbami, jako je ztráta intelektuálního vlastnictví, kompromitace zákaznických dat, případně ohrožení třetích stran, přitom mohou mít pro firmu nedozírné následky, ať už jde o horší obchodní výsledky, poškození dobrého jména firmy, nebo ztrátu konkurenční výhody.

„Zatímco závěry našeho šetření v regionu EMEA poukazují na to, že firmy musí čelit narůstajícímu riziku kybernetických útoků, v České republice je situace velice rozdílná a vážného kybernetického útoku během příštích 90 dnů se obává pouze 5 % dotazovaných. Se vzrůstající digitalizací a zvyšujícím se počtem kybernetických útoků je ochrana firemní infrastruktury stále náročnější. V takovém prostředí už tradiční nástroje a metody nemusí být dostačující,“ komentoval Vladimír Strálka, Country Manager společnosti VMware pro Českou republiku a Slovensko.

„Chtějí-li dosáhnout úspěchu v éře mobility a cloudu, musí se české firmy nové situaci přizpůsobit. Softwarově definovaný přístup umožňuje integrovat bezpečnost v rámci celé infrastruktury a zajistit organizacím flexibilitu, kterou potřebují k tomu, aby zabezpečily svá data a uspěly v oblasti digitálního podnikání,“ uvedl Vladimír Strálka na nedávné kon-



ferenci VMware Executive Exchange Prague určené pro IT ředitele a manažery.

Více než tři čtvrtiny dotazovaných (77 %) označily jako největší riziko pro firemní bezpečnost a nejpravděpodobnější terč kybernetického útoku nedbalé nebo nedostatečně informované zaměstnance.

Vlastní zaměstnanci jsou považováni za hrozbu i v případě narušení dat. Podle IT manažerů jsou nejčastější příčinou úniku dat nevyškolení zaměstnanci (79 %), zaměstnanci ztrácející mobilní zařízení (55 %) a nepoctiví zaměstnanci (52 %).

(tz)

INZERCE

PO KAPITALISMU PŘICHÁZÍ NOVÁ ÉRA: TALENTISMUS

To jediné, na čem dnes záleží, jsou lidé. Můžete nabízet skvělou službu nebo výrobek, ale bez správných lidí je neprosadíte. Zaveďte správné pracovní modely, najděte nejlepší talenty a rozvíjejte je.



**ManpowerGroup
Solutions**

Specializovaná outsourcingová řešení pro lidské zdroje.



Manpower

Agenturní zaměstnávání a recruitment. Řízení lidských zdrojů.



Experis
ManpowerGroup

Vyhledání specialistů v IT, inženýringu, financích a managementu. Projektová řešení.



**Right
Management**
ManpowerGroup

Talent management. Outplacement. Career management.



ManpowerGroup

www.manpowergroup.cz

JAK HLEDÁTE KVALITNÍ ZBOŽÍ A SLUŽBY VY?



**VYBÍREJTE PRODUKTY OZNAČENÉ
LOGEM PROGRAMU ČESKÁ KVALITA.**

Získáte jistotu, že:

Výrobek (služba) je kvalitní
Výrobek nebo služba má v porovnání s ostatními produkty na trhu nadstandardní kvalitu.

Kvalitu ověřila nezávislá zkušebna
Nestačí, že výrobce prohlásí produkt za kvalitní. Renomovaná nezávislá zkušebna musí jeho kvalitu ověřit a potvrdit.

Kvalita je průběžně kontrolována
Dodržování kvality je kontrolováno. V případě porušení pravidel je značka odebrána.

Je ověřována spokojenost zákazníku s výrobkem či službou
Zákazníci jsou dotazováni, jak jsou spokojeni s výrobkem či službou. Pokud jsou zákazníci nespokojeni, je značka odebrána.

Program Česká kvalita je garantován vládou České republiky
Program byl přijat usnesením vlády ČR. Na jeho objektivitu a nestrannost dohlíží Řídící výbor, složený ze zástupců spotřebitelských organizací, podnikatelských svazů, státních orgánů a Rady kvality ČR.

**Více informací najdete na:
WWW.CESKAKVALITA.CZ**

ZNAČKY KVALITY PRO SPOTŘEBITELE



MEDIÁLNÍ PARTNEŘI



PROSPERITA

KVALITA
Česko Slovenský občasný časopis

Radiožurnál
Český rozhlas