

Pro muže v nejlepších letech, s nejlepšími úmysly, nejlepšími nápady a nejlepšími výsledky

Mieczyslaw Molenda
Rudolf Skuhra
Miloslav Čermák
Jaroslav Mužík
Robert Chvátal
Václav Andrle

Muž, který ví, co chce

fresh
TIME®
PROSPERITA

Vadí mi však určitá bezmoc vycházející z ne vždy plně a systémově fungujících státních orgánů, a tím omezení rozvoje podnikání a realizace zakázek. Byrokracie je u nás natolik rozsáhlá, že skutečně omezuje rozvoj podnikání, a tím i celé české ekonomiky.



Mieczyslaw Molenda

jednatel a generální ředitel
firmy GASCONTROL, společnost s r. o.,
a zakladatel konsorcia
dceřiných firem GASCONTROL GROUP

rozhovor o podnikání, vizích a smysluplnosti

Ovlivňování businessu státem „ode zdi ke zdi“ podnikání škodí

Když jsme v redakci uvažovali o osobnosti pro úvodní rozhovor v prvním vydání letošního Fresh Time, vybavil se nám mezi prvními kandidáty jednatel a generální ředitel havířovské firmy GASCONTROL, společnost s r. o., a zakladatel konsorcia dceřiných firem GASCONTROL GROUP, Mieczyslaw Molenda.

Důvod je prostý; s pár kolegy dokázal takřka z ničeho vytvořit dobře fungující soustrojí pro výrobu zařízení a technologií v oborech, jako je plynárenství, strojírenství, vodohospodářství a kanalizace, servis a další služby v uvedených odvětvích. Zaměřením na inovace, vědu a výzkum se firmám v rámci GASCONTROL GROUP daří uplatňovat moderní technologie v energetice i pokrokové materiály pro plynárenství i vodní hospodářství.

GASCONTROL GROUP je skupina několika desítek firem, které si nepotrpí na příliš vzletná slova a nadprůměrné investice do image. Sám Mieczyslaw Molenda je muž praxe a příliš času na zbytečnosti mu nezbyvá. Podstatné pro něj je jedno: smysl práce, která nese užitek. Právě proto jsme ho jako rázného vizionáře oslovili hned v lednu, v měsíci, který je tou nejlepší příležitostí pro nová předsevzetí, nápady i rozhodnutí.

Začínáme odpočítávat čas roku 2014, jaký byl pro vás ten minulý?

Rok 2013 byl poměrně složitý. Recese probíhající u nás je mnohem hlubší, než se na první pohled zdá. Toto vše souvisí s nefunkčností mnoha státních institucí a vlivu bankovního sektoru na velikost investic, a tím i na funkčnost jednotlivých firem. Tyto skutečnosti ovlivnily i výkony v rámci seskupení GASCONTROL GROUP.

Volit správně není jednoduché, protože všechny zásahy v zájmu snížení nákladů je třeba bedlivě posoudit a uskutečnit tak, aby se co nejméně dotkly nejbližší budoucnosti firem.

Poprvé v období krize jste citelněji zaznamenávali úbytek zakázek, snížení zisku, zpomalování toku financí. Jak jste to řešili a jaké je poučení?

Je to tak, jak jste uvedl. Řešení je z velké části v rukou politiků a státní správy, neboť možnosti firem jsou v této oblasti zcela omezené. Je samozřejmostí, že při snížení obrátu a hospodářských výsledků dochází k nejruznějším omezením výdajů firmy od snížení investic, regulace rozsahu oprav, pozastavení růstu mezd, omezení zaměstnaneckých bonusů a jiných nákladů. Volit správně není jednoduché, protože všechny zásahy v zájmu snížení nákladů je třeba bedlivě posoudit a uskutečnit tak, aby se co nejméně dotkly nejbližší budoucnosti firem. Druhým důležitým faktorem je větší zaměření na zahraničí, a to především na teritoria, kde je hospodářské prostředí stabilnější než v ČR.

Tím, že je ve skupině GASCONTROL GROUP více firem, mohly si svým způsobem pomoci, i když v tom renomovaní ekonomové nejsou zajedno. Využívali jste tohoto nástroje?

Ano, využili jsme a využíváme všech možností, jak si ve skupině pomáhat. Je to samozřejmé a logické. I když, jak říkáte, renomova-



Mieczyslaw Molenda

ní ekonomové v tom nejsou za jedno, přesto je vedení skupiny přesvědčeno o správnosti takového postupu.

Svámi vizemi jste dokázal spolu s šikovnými odborníky řadu možných problémů předvídat a připravit se na ně. Něco však přece jen nevyšlo, jaká je dnes zkušenost?

Na tuto otázku je složité odpovědět, protože hloubku krize ovlivňuje i množství skutečností a konkrétních podmínek, které musí řešit státní aparát. My pak v důsledku toho reagujeme na nejruznější situace, které firmám komplikují život. A protože není možné se na ně vždy předem plně připravit, je na nás, nakolik dokážeme s notnou dávkou optimizmu a s plným pracovním nasazením si v rámci GASCONTROL GROUP poradit se všemi ekonomickými a jinými problémy, které se nás dotýkají.

Zkomplikovalo vám život umělé snížení hodnoty koruny vůči euro?

Jistě a vůbec si nemyslím, že to bylo dobré rozhodnutí. Chci ale věřit, že odborníci z České národní banky věděli, co dělají, a že za tím není jiná motivace.

Jste rázný člověk i muž plný emocí, který nejednou prohlásil, že podnikat se v ČR už nedá... Co byste tedy současnému podnikatelskému prostředí vytknul a co byste úplně změnil?

To ovšem byla, jak si uvědomuji, silná slova vyplývající právě z emocí. Chci samozřejmě žít a pracovat zde, vždyť Česká republika je moje vlast. Vadí mi však určitá bezmoc vycházející z ne vždy plně a systémově fungujících státních orgánů, a tím omezení rozvoje podnikání a realizace zakázek. Byrokracie je u nás natolik rozsáhlá, že skutečně omezuje rozvoj podnikání, a tím i celé české ekonomiky. Skoro bych se přimlouval za změny v nastavení jednot-



livých procesů ovlivňujících ekonomiku ve všech institucích států, a to nějakou mezinárodní společností či odborníky, kteří s tím mají zkušenosti. Při 650 tisících úředníků nemůže náš stát dobře fungovat. Jen pro porovnání, například USA má ve státní správě 97 000 úředníků na 10 milionů občanů, a to jistě o něčem vypovídá.

V energetice, plynárenství, strojírenství a vodním hospodářství se pohybujete nejvíce. Jaké problémy provázejí dnes tato odvětví a co s nimi?

Energetika je odvětví, které by mělo být kontrolováno státem, což v minulosti vždy nebylo a důsledky, teď myslím třeba fotovoltaiku, neseme všichni. Stávající opatření jsou v mnohých oblastech přísná a většina těchto opatření nyní energetice škodí. Vše u nás většinou bohužel probíhá systémem „ode zdi ke zdi“, což je špatně.

Za 21 let jste takřka z ničeho vybudoval soustavu bezmála třiceti společností, které i přes problémy, o nichž hovoříte, prosperují. Je to součet vaší energie, času i schopností a snad i trocha štěstí. Proč jste se vlastně vydal touto cestou?

Chtěl jsem podnikat, řídit a rozvíjet svou firmu a později skupinu podle svých představ tak, jak si myslím, že je to nejlepší. K tomu mne vedla i zkušenost z působení v zahraniční firmě, které nenaplnilo mé očekávání.

Jste také významným zaměstnavatelem, a stále ještě optimistou. Myslíte, že si lidé u nás obecně začnou někdy vážít práce? V České republice je jistě mnoho poctivých lidí a stát by měl třeba lépe rozlišovat, kdo podporu potřebuje a kdo pracovat nechce. Musí dojít k zásadnější změně sociálního systému, a to nejen u nás, ale i v celé Evropě. Dnešní systém podporující povaleče není spravedlivý, což skutečně pracující lidé citlivě vnímají a demotivuje je to. Cítí se bezmocní proti nespravedlnosti, a to je špatně. Zákony a pravidla zkrátka musí platit pro všechny stejně, tedy i pro menšinu.

A vaše priority pro další úspěch skupiny GASCONTROL v letošním roce?

Mimo zaměření se na zahraničí je to celkem prosté: držet vysokou laťku v kvalitě práce odváděné investorům či zákazníkům. Neuhybat z termínů. Být vstřícní, seriózní, ctít stejně naladěné obchodní partnery. Nadále se budeme zaměřovat na inovace, to nás baví a posouvá dál, je to naše parketa. Také hodláme rozvíjet a posilovat



výzkum a vývoj ve spolupráci s EU v rámci podpory jednotlivých projektů. Rozhodně chceme všechny inovace zavádět do praxe co nejdříve, protože jen tak má naše úsilí smysl.

Nadále se budeme zaměřovat na inovace, to nás baví a posouvá dál, je to naše parketa. Také hodláme rozvíjet a posilovat výzkum a vývoj ve spolupráci s EU v rámci podpory jednotlivých projektů. Rozhodně chceme všechny inovace zavádět do praxe co nejdříve, protože jen tak má naše úsilí smysl.

Nejednou jste naznačil, že byste rád přihlásil společnost GASCONTROL do soutěže o Národní cenu kvality ČR. Zkusíte to? Kvalita je kategorie, která váš profesní život provází, aniž jste se o tom zatím příliš zmiňoval...

Nevím, ještě jsme o konkrétním zapojení do této soutěže ve vedení nediskutovali, i když si důležitost kvality samozřejmě uvědomujeme a děláme vše pro její zvyšování a udržování.

ptal se Jiří Novotný ▲



Pro naše klienty máme vždy dost času

Reference má letecká cestovní agentura Investa Travel s. r. o. naprosto záviděníhodné a více než prestižní: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, Komora pro hospodářské styky SNS, ZVVZ a.s. Milevsko, Ústav jaderného výzkumu a. s. Řež, Univerzita Karlova, Česká zemědělská univerzita Praha, Minerva a. s. Boskovice a mnoho dalších zvučných jmen. Nejen to je však zárukou kvalitních a originálních služeb. Firma vyrostla na základě péče o každického klienta, která se odvíjí od serióznosti, zdvořilosti a radosti službu poskytnout.

A pokud právě nyní hledáte někoho, kdo by vám pomohl připravit služební cestu do zahraničí nebo zajistil doprovodný program, případně totéž zorganizoval pro vaše hosty, kteří zavítají do České republiky, jste na správné stopě. Majitele společnosti Investa Travel Ing. Rudolfa Skuhry, CSc., jsem se zeptala:

Co je vlastně Investa Travel? Úzce specializovaná cestovní kancelář?

Na trhu cestovního ruchu působíme nepřetržitě již 21 let. Jsme jednou z mála českých cestovních agentur jediného majitele a po celou dobu naší existence se specializujeme na organizaci a komplexní zajištění služebních a individuálních cest formou moderních cestovatelských služeb a v našem případě spojených i s tradicí. K tomu patří i kolektiv po odborné stránce kvalifikovaných pracovníků. Jsme akreditováni u Mezinárodní organizace leteckých dopravců IATA se sídlem v Ženevě. Ke své práci používáme globální distribuční systém AMADEUS, díky kterému jsme napojeni na všechny letecké společnosti, což nám umožňuje okamžité vyhledávání nejvýhodnějších leteckých spojů.

Spolupracujeme s předními leteckými společnostmi, např. ČSA, Korean Air, British Airways, Air France, Lufthansa, Emirates, Aeroflot, Turkish airlines atd.

Rádi zajistíme ubytování v hotelích jakékoli kategorie, vyřídíme zapůjčení vozu a řadu dalších běžných i méně obvyklých služeb.



Filozofie je tedy jednoznačná – poskytovat servis firmám, ale i jednotlivcům, privátní klientele, také jim ubrat starosti při zajišťování služebních cest, a pokud možno jim právě takové cestování optimalizovat, zprjemnit... Tím se lišíte od konkurence?

Není to fráze, ale fakt: umíme nabídnout vhodný poměr mezi kva-

litou našich služeb a jejich cenou. A vůbec nejsilnější zbraní je osobní přístup k našim zákazníkům, na které máme vždycky dost času. V průběhu jejich zahraniční cesty jsme jim k dispozici, v případě potřeby i rychlou profesionální pomocí. Snažíme se tak být našim klientům jistotou od organizace cesty až po návrat domů. Snad i proto nám ti, kteří nás již jednou vyzkoušeli, zůstávají věrni.

Spektrum možností, jak využít vaše dovednosti, je vedeno i opačně: umíte vytvořit elegantní program i pro zahraniční návštěvy, které přijedou do českých firem. Oč je u nás největší zájem? Co zajímá podnikatele, kteří zavítají do srdce Evropy?

Programy pro zahraniční návštěvy našich klientů vytváříme opět podle přání, snažíme se však profesionálním citem nabídnout to, o čem jsme přesvědčeni, že by té či oné skupině přišlo nejvíce vhod. Rád bych zdůraznil, že naše nabídka není jen pro pány, ale velice často i pro jejich dámský doprovod. A ač my Pražané často hartusíme na

všechno možné, co souvisí s životem v našem hlavním městě, cizinci mají Prahu stále velice rádi. Takže prvořadě jde o poznávání naší metropole, návštěvy lázní, zámků a různých kulturních památek v celé ČR. Oblíbené jsou i výlety do zahraničí, třeba do Vídně, Drážďan, Berlína, Mnichova. Značný zájem je o návštěvy sportovních utkání nebo o rozmanité výstavy, koncerty, divadelní představení.

V neposlední řadě pak čtyřicetihodinová lékařská výjezdní a konzultační služba a zajištění veškeré potřebné návazné péče.

Chystáte jistě i nějaké novinky pro rok 2014. Můžete již něco prozradit?

Bude to široký Hobby program pro cestovatele do Jižní Koreje i s možností meditací v buddhistických kláštorech. Doladujeme to s našim novým partnerem a sami se na to velmi těšíme.

To nezní špatně. Lidé přesytení technikou a technologiemi takový způsob relaxace vyhledávají stále častěji...

Ano, svět kolem nás uhání čím dál rychleji a stres je naší noční můrou. Člověk to potřebuje vyrovnat, a tak nás napadlo umožnit i našim klientům tuto variantu. Z našich průzkumů i osobních rozhovorů vyplynulo, že ve firmách i mezi podnikateli by o tuto možnost mohl být značný zájem.

Ale vím ještě o jedné vítané službě...

Ano, zatím jsme ji nepropagovali příliš, a tak ne každý tuší, co všechno dokážeme. Nabízíme jednu specialitku, která není nová, ale určitě užitečná – pokud chce klient putovat do zahraničí se svým zvířetím miláčkem, zejména tedy psím, můžeme se postarat také o něj, a to například ve spolupráci s příslušným hotelem a jeho restaurací. Dokonce přepravujeme psy i na mezinárodní výstavy, zařídíme potřebné doklady, jako jsou očkovací průkazy a další formality. Neorganizujeme tedy jen cestování podle přání lidí, ale také podle potřeb jejich věrných společníků.

Vy sám jste projel takřka celý svět, a to ve vysoké manažerské pozici, byl to impuls, který vás přivedl k myšlence, založit v roce 1992 právě firmu Investa Travel?

To možná také, ale podle zásady, že zločinec se vrací na místo činu, rozhodující byly vzpomínky na mé mnohaleté působení aktivisty v tehdy velmi populární CKM.

Ostatně, ví se o vás, že jste přežil i jednu z největších leteckých katastrof poslední doby. A přesto vás to neodradilo podnikat právě jako letecká cestovní agentura.

To jsou taková ta osudová dramata. Pamatuji se na to přesně: 23. května 1988 startoval v San José v Kostarice Boeing 727-100 místní letecké společnosti. Chtěl jsem s ní letět do Nikaragui, start se



Ing. Rudolf Skuhra, CSc.

ale nepovedl, letadlo se na zemi rozlomilo a začalo hořet. S jedním Kubáncem (dva stokiloví chlapi) jsme otevřeli vzpříčené dveře a pomáhali evakuovat pasažéry, než stroj vybuchl. Asi jsem se tehdy podruhé narodil.

A létáte stále jako klient své vlastní cestovky. Nebo jíte se?

Nebojím. Myslím, že jsem si tento typ smůly již vyčerpal.

Kam byste se ještě rád podíval?

Nikdy jsem nebyl v Austrálii. Ta mě láká.

Velmi důvěrně znáte teritorium bývalého Sovětského svazu. Jak se tyto země mění po stránce businessu?

V bývalém Sovětském svazu jsem byl asi padesátkrát. Je škoda, že jsme tento trh v minulosti opustili. Dnes tam zjevně operuje zahraniční konkurence a my ho musíme znovu těžce dobývat. Výhodou je, že k nám Rusové mají stále ještě vřelý vztah, naše starší generace umí rusky, a řada kontaktů se neztratila, ale rozvíjí se. Přesto všichni víme, že nám ujel vlak, a tak se snažíme některé názory rychle přehodnotit. Řekl bych, že mladší ročníky zatím obdivují více západní země, ale rusky se již zase brzy začnou učit, bude to nutnost. To průmyslníci již pochopili. Z hlediska cestovního ruchu je to země nedozírných možností a na svůj boom teprve čeká.

Kde se o vaší nabídku firmy dovědí a co mají udělat k tomu, aby jejich výjezd za hranice byl výhradně ve vaší péči?

Doporučuji se nejprve podívat na naše webové stránky www.investa-travel.cz a zavolat nám nebo poslat mail. Je to nejjednodušší způsob kontaktu. Přemýšlíme také o nové reklamní kampani, ale ještě více pracujeme s osobními referencemi. Ty jsou v našem businessu velmi ceněné. Pokud má s našimi službami někdo dobrou zkušenost, pak je rád doporučí známým, kolegům, obchodním partnerům, je to pro nás nejlepší pochvala i cesta za klientem.

Obecně se ale hodně šetří. Pomůžete vytvořit takový itinerář, který bude zajímavý, a přitom vyjde levněji a stojí méně času, než pokud si to firma dojedná vše sama?

Ano, souhlasím, každý zákazník se snaží utrácet rozumně. Ale vyplatí se ušetřit pár set korun a strávit hledáním na internetu spous-



tu času a ve finále zjistit, že zahraniční zákazník schůzku zrušil a já si zakoupil letenku nevratnou se 100% stornem? My na to jdeme na základě letitého know-how a našim zákazníkům vytvoříme itinerář šitý přímo na míru s tím, že zároveň nabídneme i jiné zajímavé varianty v několika cenových relacích. Zákazník má tedy vždy na výběr. Ne vždy to nejlevnější je také neoptimálnější.

Také je třeba vzít v úvahu, že online systémy vyhledají vždy jen ta nejlevnější spojení, mnohdy však s dlouhým čekáním na přestup z jednoho spoje na druhý, a nezhledňují bonusové programy leteckých společností, kterých může být zákazník členem, a tím může být např. bezplatně povýšen do třídy business či mu náleží jiné výhody. A co podmínky tarifu? Čte si zákazník na internetu, že letenka je nevratná a neměnná nebo že za pár set navíc může mít letenku měnitelnou i vratnou? Toto vše mu naše CK nabídneme a podrobně vysvětlíme. Naše cestovka taktéž zákazníkovi doporučí hotely v cílové destinaci, opět zašle několik možností v několika cenových relacích, a to i s recenzemi.

A na závěr – vystát si dlouhé fronty čekáním na ambasádách při podávání žádostí o víza a opět další frontu při vyzvedávání (Čína, Rusko, Indie atd.) obere zákazníka o spoustu času, někdy i několik dnů. Proč tedy tyto starosti nenechat na odbornících a za komplexní servis si nepřiplatit?

Jsou to vždy dvě strany jedné mince. Dovolil bych si však sázet na jistotu než na odvahu dát se cestou dobrodruha.

A jak lze služební cestu kombinovat s dovolenou či studijním pobytem?

To je běžná záležitost a naši cestovatelé ji rádi využívají. Je to efektivně prožitý čas, a když je vše dobře a užitečně sladěno, přinese to klientovi i nám ten správný pocit ze spolupráce. V příštím roce to předvedeme právě na Jižní Koreji.

Určitě vám čas přívál i spousty kuriozit...

Snad ještě k té Kostarice. Letadlo hořelo a já v něm ještě sháněl aktivku, ve které byl diář a jako dárek pro partnera láhev becherovky, kterou jsem prozíravě neměl v kufru. Když jsme leželi za mezí a čekali na sanitky, tak jsem nabídl staršímu anglickému páru, který nepodlehli panice a statečně nám pomáhal zachraňovat. Byla to litrovka, vypili ji bleskově a mně nedali ani přičichnout. Dodnes si píšeme.

Začíná rok, který již nemá třináctku na konci. Bude se nám lépe dařit? Nastává lepší čas pro podnikání?

Nejsem pověřivý. Zato jsem i při svých zkušenostech optimista. Ctím zásady pracovitosti, slušnosti, vstřícnosti, ochoty, umění domluvit se. Samozřejmě podnikatelské prostředí hraje velkou roli, ale věřte, že v každé zemi je něco, co tamní business obtěžuje i co mu prospívá. Možná se již vrací doba, kdy si jednotlivé subjekty u nás budou muset více vycházet vstříc, držet slovo, bedlivěji dbát o morálku. Takže: příležitost k tomu, aby se podnikatelům lépe dařilo, je. Jde o to, jak ji kdo využije. Zdravím tedy vaše čtenáře a budu mít radost, když nás někdo „nový“ vyzkouší.

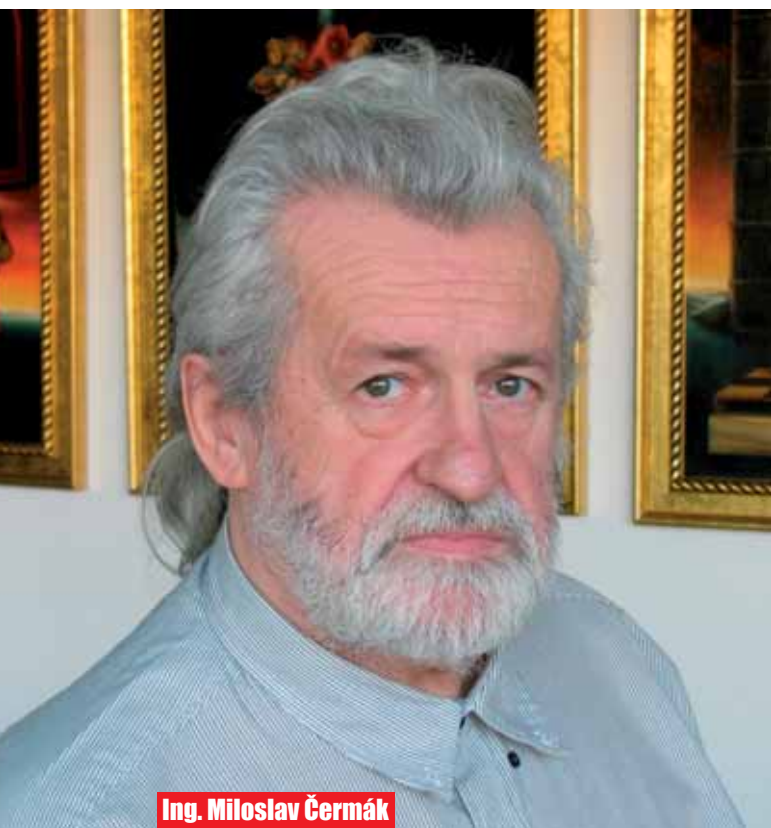
otázky připravila Eva Brixi



A zde psí krasavci, kteří se společností Investa Travel již do zahraničí putovali

Šéf, malíř, muzikant a cestovatel: čas je otázkou organizace

Na první pohled tvrdý chlap i pohodář. Na druhý pohled totéž. S výraznou, jednoznačnou image. Ne vždy k zastížení, pravda, protože jsou i jiné priority než být k mání. Ing. Miloslav Čermák, předseda výrobního družstva Sněžka Náchod není jen muž businessu, ale má i jiné hodnoty než život ve firmě. Cestuje, maluje, a pořád je ještě aktivním muzikantem. Přesto, že mu už dávno není osmnáct a vzdor vystřídal zkušenosti:



Ing. Miloslav Čermák

Před lety jste si získal popularitu nejen tím, že jste ze Sněžky vybudoval družstvo s úžasnými zakázkami, obratem, exportem a image, ale i tím, že jste se nebál nových věcí, provokovat, říkat pravdu. Co bylo na tom všem nejtěžší?

Říkám pravdu celý život a je pravda, že ji většina populace nechce slyšet. To je známý fakt, protože často lidi slyší z médií něco jiného a bohužel si sami neumí udělat vlastní názor. Jakýkoliv skutek přináší nejenom pozitivita, o kterých se píše, ale i určitá negativa, o kterých se často nepíše nebo píše jen velmi málo. A prezentuje se jen to, co se hodí. To pak znamená, že musíte svůj pohled na věc často obhajovat a vysvětlovat lidem ve svém okolí, a ti to mnohdy ani nechťejí slyšet. Vzpomínám si na jedno sezení podnikatelů s médii, kdy jsme diskutovali o krizi, bylo to tuším někdy na přelomu roku 2008 a 2009 a byl jsem jediný, který zlepšení předpokládal až za 5 let a který šrotovné považoval jen za jakýsi odklad, který se projeví později v negativním důsledku. Nikdo to taky nechťejí slyšet. A chápu, že v tomto případě média musí být optimistější, aby stávající situaci příliš nezhoršovala, pro-



tože jakékoliv pesimistické zprávy zabrzdí spotřebu a zhorší již tak špatnou situaci. Pro mě to však znamenalo postupně zmenšit firmu a také se snažit o hledání dalších možností. Pokud jste donuceni poklesem spotřeby zeštíhlovat a zmenšovat, z pohledu ekonomiky je třeba to udělat rychle, ale z pohledu sociálních dopadů je výhodnější rozložit to na víc etap a udělat to pomaleji. A protože jsem nechťejl ztrácet čas, začalo se se zeštíhlováním a zmenšováním už v roce 2010. A velikost podniku se přizpůsobuje výrobě v podstatě dodnes. V současné době jsme pár lidí do výroby znovu přijali, i když nás ještě krušné časy čekají. V současné době máme vyšší náklady, a tudíž generujeme nižší hospodářský výsledek z důvodů zásahu ČNB do kurzu koruny v listopadu loňského roku.

To tedy znamená...

Že jsme zase u té pravdy. A pravda je, že všichni větší exportéři mají kurz zajištěn na několik měsíců dopředu. Také Sněžka v současnosti prodává své produkty v zajištěném kurzu 25,90 Kč za euro, ale na vstupech platí 27,40 Kč za euro, což se samozřejmě objeví v nižším zisku, a potom tedy v nižší dani pro stát. Pokud to pomůže firmám, tak až někdy v druhém pololetí a spíše až v roce 2015. A argument o zvýšení konkurenceschopnosti je třeba brát také s rezervou. Naši odběratelé okamžitě chtějí snížit ceny našich výrobků, a tím se naše konkurence zlepší, to je pravda. Ale je to jen takový švindl. Konkurenceschopnost je třeba zlepšovat produktivitou práce, a ne kurzem koruny!

Jaká je tedy pravda o intervenci? Žítí na dluh typické pro levicové spektrum populace předpokládá, a hlavně potřebuje jistou spíše větší inflaci, aby se dluh v hodnotě spíše zmenšoval. Jestliže nám hrozila deflace, tj. zhodnocení koruny místo znehodnocení, je třeba ji znehodnotit centrálním zásahem. To jest zdrazit dovozové komodity. Tím se však ekonomika nerozběhne. Z dlouhodobého hlediska je to špatně stejně jako lít peněz do systému tím, že se potiskne papír. Já jsem orientován doprava a pro mě jediný správný rozpočet je rozpočet vyrovnaný, a pokud si vypůjčit, tak na konkrétní investici, a ne na sociální dávky. Obsluha dluhu stojí každý rok více a více, za pár roků na to nebude stačit 100 miliard, které by se mohly použít daleko lépe.

Řada lidí poté, co jste začal nosit dlouhé vlasy svázané do culíku, kroutila pobouřeně hlavou a myslela si něco o bláznovi, méně si však již uvědomovala, že za zdánlivou extravagancí je něco úplně jiného než snaha odlišit se. A také díky vám a vašemu týmu má hodně pracovníků jistotu mzdy a klidné spaní...

Spím 4–5 hodin denně, někdy i méně, a tak to vypadá, že mám času více než normální smrtelník. Je to jen otázka snahy si věci dobře zorganizovat a pak se dá stihnout ledacos. A muzika nebo malování jsou aktivity velmi dobré pro vyčištění hlavy od podnikatelských starostí.

Dlouhé vlasy jsem začal nosit někdy v roce 1963, kdy se objevili Beatles a my jsme začali hrát big beat – k té muzice dlouhé vlasy patřily. V té době jsem chodil na střední školu a oblíbeným heslem tehdejších kantorů bylo „dlouhé vlasy – krátký rozum“ a mnohdy se nám, „máníčkám“, snažili dokázat, že je to pravda, a to znamenalo být mnohem lépe připraven na zkoušení než ostatní žactvo. Tenkrát jsme trpěli,

ale pro život jsem si ze školy odnesl trochu více než průměrný student. Tehdy ty vlasy byly jako snaha odlišit se a trochu i na truc okolí. Soudruzi to chápali jako propagaci západu. Dnes už nepotřebuji

Podmínky pro domácí výrobce jsou nastaveny zcela nepříjemným způsobem (regálovné, slevy, splatnost), kde výrobce je degradován na půjčovatele peněz globálním investorům – tam kvalitu nehledejte!

dělat něco na trác, ale mnoho lidí říká, že je to moje image a ničemu to neškodí, naopak si mě více pamatují, a to je někdy k prospěchu věci. A obchodní partneři v tom nevidí nic na závadu, protože určitě nejsem sám, kdo nosí dlouhé vlasy, i když jinak upravené než dříve.

Kam vlastně vyvážíte a pro jaké firmy dodáváte? Pokud vím, jsou to světové značky, a to je dobrá reference.

Naším hlavním vývozním teritoriím je Německo. Dále pak Slovensko, Slovinsko a Anglie. Ve výrobní produkci automotive jsme v pozici subdodavatele šitých dílů. Ty jsou součástí sedadel do automobilů téměř všech značek, tj. Ford, Opel, Peugeot, Kia, BMW, Mercedes a další. A vyrábíme nejenom malé díly, tj. opěrky hlavy a područky, ale i potahy pro celé sedáky. Vždyť Sněžka má dnes ještě 4 dceřiné společnosti.

A byl jste ve všech těch fabrikách, které vaši produkci využívají?
Ano. Pravidelné návštěvy managementu jsou nutností, kde se řeší reklamace, náběhy nové výroby a všechna operativa související se změnami produktů. Bez pravidelného kontaktu to nejde. Stejně tak musím občas navštívit dceřiné společnosti obzvláště v dnešní nepřehledné době, kdy musíte často měnit výrobu a rychle se přizpůsobit trhu.



Ostatně – procestoval jste už kus světa. Vždy za poznáním. Vracíte se domů s chutí, nebo vás to v Čechách v poslední době docela štve? Znáám pár lidí ve vašem věku, kteří se samozřejmě mostí sově vlastní tvrdí, že kdyby jim bylo méně, rozhodně by doma nepodnikali a už dávno by utekli do ciziny...

Cestování je pro mě adrenalinem a neumím si představit, že bych seděl doma. Dává mně to možnost se poučit, doplnit si všeobecné vzdělání přirozenou formou. Když si vzpomenu na doby, kdy jsem potřeboval 13 podpisů, abych dostal výjezdní doložku, na potupné kontroly na hranicích, nechápu, jak někdo může toužit po návratu starých pořádků. To snad musí být ti, kteří mnoho neumí a ani se jim nechce. To že dnes mohu jet, kam chci a kdy chci, je benefit k nezaplacení.

Navštívil jsem už více než 50 zemí – mnohé i vícekrát. Je také pravdou, že ne všechno, co ve světě vidím, je k závidění. O to více si domova vážím. Ale mnohdy mě rozčílí, když se přesvědčím, že určité věci ve světě jdou lépe než u nás, a přitom by bylo jednoduché je aplikovat právě i u nás. Místo toho zavádíme nesmysly, výmění se vláda a všechno je špatně. Místo toho, aby se drahý software dopracoval a opravil, se celý projekt vyhodí a organizuje se nový ještě dražší a o hospodaření ve státních institucích se nedá hovořit.

To si pak říkám, proč nepodnikám někde jinde.

Cestování ale není jediným koníčkem. Zasvěcení vědí, že jste měl svou rockovou kapelu a také to, že krásně malujete. Kde na to bere čas? A energii?

Čas je otázkou organizace. Přiznávám se, že dlouhé nienedělání, sezení u TV nebo v restauraci není moje hobby. A protože čím jsem starší, tím méně času mám, tak s ním musím dobře hospodařit.

Spím 4–5 hodin denně, někdy i méně, a tak to vypadá, že mám času více než normální smrtelník. Je to jen otázka snahy si věci dobře zorganizovat a pak se dá stihnout le-dacos. A muzika nebo malování jsou aktivity velmi dobré pro vyčištění hlavy od podnikatelských starostí.





Je možné vás s kytarou ještě někdy slyšet? A někde vaše obrazy vidět? Třeba v družstvu? Nemáte nějakou malou galerii? A prodáváte také svá díla?

Jednou dvakrát do roka se s hraním objevím i na veřejnosti, protože jsme tu původní kapelu ze šedesátých let oživil, i když už dva z tehdejších hráčů jsou po smrti, a já tam nevystupuji pokaždé, kdy hrají. Řekl bych, že nyní vystupuji jako host. Ono totiž v dnešní době hrát na veřejnosti znamená pár hodin denně cvičit, a hlavně to vystoupení zabezpečit organizačně stojí nejenom čas, ale i peníze. A tak se občas prezentuji i s počítačem, kde mám podehrávky (midi faily) a já to doplňuji zpěvem a kytarou.

A co se týče malování – mé výtvoři si rozeberou kamarádi a děti, tedy ti, kterým se to líbí. Mojí ambicí není prodávat, to nepotřebuji. Děláním to proto, že mě to baví.

Cestování je pro mě adrenalinem a neumím si představit, že bych seděl doma. Dává mně to možnost se poučit, doplnit si všeobecné vzdělání přirozenou formou.

Muzika, výtvarné umění – jak doplňují manažersko-podnikatelský pohled na svět?

Člověk, který se zabývá uměním, ať už aktivně jako profesionál, nebo jenom příležitostně jako amatér, vnímá svět jinak než průměrný občan, řekl bych více pocitově – srdcem. Všimá si i věcí, které ostatní nevnímají. Třeba jak je krásné slunce, které v lese prozáří nějaký pařez či strom, nebo mraky na obloze. A také při rozhodování v podnikání nemá jen tvrdé ekonomické kritérium, i když to musí být prioritní – koncovkou musí být peníze, ale ne za každou cenu. A tak výsledkem je vždy řešení, které okolí bere vážně a neublíží nikomu a ničemu.

Říká se, že business je především odvaha. Souhlasíte?

Ano, odvaha je třeba, ale důležité jsou i znalosti a dovednosti. Protože nejen nápad, který je na začátku, a odvaha do toho jít, ale hlavně business plán je nutno postavit na reálných základech, které předpokládají dobré znalosti trhu a ekonomiky dané

ho prostředí. Když je špatný, je celý podnikatelský záměr odsouzen k nezdaru – a to pak stojí peníze.

Zpět do Sněžky – hodně známé je vaše zaměření na koženou galanterii – aktovky, kabelky, peněženky. Podle čeho sestavujete jednotlivé kolekce? Řídíte se módními trendy, nebo raději experimentujete?

Galanterie, ta tvoří méně než 5 procent obrátu Sněžky a my ji bereme jako doplnění aktivit, protože máme ve firmě stále ještě lidi, kteří to umějí. Je pravdou, že dříve to byl náš hlavní program, ale s tím, jak se po sametu otevřel svět, nám bylo jasné, že se i do Česka naválí zboží z dálného východu a my musíme hledat něco jiného. A protože segmentace trhu se výrazně změnila ve prospěch ceny, a nikoliv kvality, bylo nutno výrobu přesměrovat do jiných aktivit. Ale protože zase těch, kteří preferují kvalitu, přibývá, nechceme sektor galanterie zlikvidovat, i když to profit negeneruje. No a jednotlivé kolekce – trendy musíme sledovat, jinak by to nikdo nekupoval. Občas také vyrábíme malé zakázky pro různé módní návrháře a tam je to mnohdy spíše experiment. Dělá se to však ve velmi malých objemech, samozřejmě kusově a za jinou cenu.

A co z toho byste nabídl našim čtenářům, kteří ctí českou kvalitu a poctivou práci?

Ať si více všimají, kdo výrobek vyrábí, a nejenom u galanterie. S rostoucí oblibou supermarketů, kde lze vidět hlavně to, co se v Německu neprodalo, než to, co je domácí výroby, je to nutné. Tam se hlavně preferuje cena, nikoliv kvalita. Podmínky pro domácí výrobce jsou nastaveny zcela nepřijatelným způsobem (regulace, slevy, splatnost), kde výrobce je degradován na půjčovatele peněz globálním investorům – tam kvalitu nehledejte!

Získal jste nespočet ocenění a stejně tak celé družstvo. Motivuje vás to k nápadům?

Dnes jsem v jiné pozici než v devadesátých letech, kdy jsem získal první ocenění, to mě nabíjelo k větším aktivitám. Je dobře, když se podnikatelé vzájemně poměřují a ti výborní se ocení a ví se o nich. I když mnohdy je těch dobrých více a musí se vybrat ten nejlepší, což nemusí být vždy objektivní – záleží na tom, co se měří. Dnes říkám – vybírejte tam ty mladé, které to bude nabíjet, já jsem v pozici, kdy musím hledat pokračovatele, protože čas se nedá zastavit a síla i zdraví lepší nebude.



Mojí snahou dnes je, aby ten vozík s mojí tělesnou schránkou nejel z toho pomyslného kopečka moc rychle, což stojí více času, který tomu musím věnovat, a o to méně ho mám na to ostatní. A hlavně chci, aby Sněžka dále pokračovala jako dobrá a zdravá firma i v době, kdy já už ve vedení nebudu. Proto je třeba už dnes hledat toho, kdo bude firmu řídit v budoucnosti k jejímu prospěchu.

za odpovědi poděkovala Eva Brixl

Delikatesy v gurmánském paláci

Těsně před Vánoci, 18. prosince, byl v Praze otevřen luxusní dům potravin světoznámé značky Julius Meinl. Ochotný a vřelý personál se usmíval stejně jako pár dní poté, co jsem se mezi dobroty přišla znovu podívat. Během těch dvou návštěv jsem se přesvědčila, že být zákazníkem je docela fajn.

Obchody s delikatesami zažívají v Česku rozmach. Počet specializovaných prodejen se sýry, vínem, farmářskými či bio potravinami rychle narůstá. Na český trh se nyní rozhodla vrátit i rakouská značka Julius Meinl, která má v segmentu prodeje delikates již více než 80letou tradici. Na prestižní adrese v ulici 28. října v centru Prahy otevřela luxusní obchod s delikatesami. Třípatrový gurmánský palác nabízí na 2500 metrů čtverečních velký výběr potravin domácího i zahraničního původu, a také restauraci, kavárnu a bar, kde budou mít zákazníci možnost vybrané delikatesy ochutnat.

„V současné době zažívá Česká republika v oblasti gastronomie naprostý boom. Množství dobrých restaurací a obchodů s kvalitními potravinami narůstá téměř každým dnem. Tato místa pro gurmány už si našla své zákazníky. To vypovídá o trendu, který ze západu došel i do Česka. Nemalou skupinu spotřebitelů zajímá, co jedí, a jsou ochotni za kvalitu zaplatit,“ uvedl Herbert Vlasatý, jednatel společnosti Julius Meinl, a dodal:

„Zároveň však vnímáme, že je zde prostor pro další, nové koncepty. Proto jsme se rozhodli otevřít druhou pobočku tohoto konceptu značky Julius Meinl právě v české metropoli.“

Podobný obchod má společnost pouze ve Vídni, na známé ulici Am Graben. Na pražské pobočce si chce Julius Meinl otestovat šance konceptu i pro jiné zahraniční trhy, kde by v budoucnu chtěl otevřít další obchody.

Prodejna nabízí potraviny tuzemské i zahraniční výroby s vysokou úrovní kvality od vybraných dodavatelů.



telů. Nabídka mimo jiné obsahuje na 400 druhů sýrů, 250 druhů uzenin, výrobky z vlastní pekárny i vysoký servisní standard v podobě profesionálního personálu vyškoleného v Rakousku. Zákazníci budou mít také možnost objednat si dovážku potravin domů.

Na otázku, zda si budou moci firmy a jiné subjekty restaurační prostory pronajmout k obchodnímu jednání, posezení s partnery, k uspořádání slavnostního oběda nebo významného setkání s hosty, byla odpověď jednoduchá – ano, počítá se s tím.

Eva Brix

Julius Meinl v Praze na nejlepší adrese

Značka Julius Meinl ctí tradice, požitkářství, kvalitu a profesionalitu a je jednou z nejsilnějších značek, které Rakousko kdy mělo – více než 95 % obyvatel Rakouska zná logo Meinl se slavným Maurem.

Julius Meinl byl založen v roce 1862 a dnes jej spravuje už pátá generace zakladatelské rodiny. Vše začalo inovativní myšlenkou Julia Meinla před více než 150 lety. Tou bylo stát se první společností prodávající praženou kávu. Dříve se totiž prodávaly pouze čerstvé kávové boby, které si lidé museli sami upravit. Jeho myšlenka se okamžitě setkala s úspěchem a velice brzy se Julius Meinl stal významným hráčem na rakouském trhu s potravinami. Také poptávka restaurací po kávě se neustále zvyšovala. Dnes je Julius Meinl lídrem na rakouském trhu s kávou a na celém světě se každý rok vypije více než jedna miliarda šálků Meinlovy kávy.

Julius Meinl Group úspěšně operuje ve více než 70 zemích jako dodavatel kávy do kaváren a správce vlastních kaváren po celé zeměkouli a nabízí svým zákazníkům luxusní produkty, jako jsou káva, čaj, čokoláda, marmelády a mnohé další. Meinl Group vlastní také gurmánskou prodejnu Julius Meinl am Graben, internetový online obchod a Meinl Bank. V roce 2012 zvýšila společnost prodej o 6 % na 131 milionů eur.

Káva

Meinlovo oddělení kávy nabízí výběr těch nejlepších jednodruhových káv z pečlivě vybraných plantáží a kávové rarity z celého světa,

jakou jsou například indonéská delikatesa Kopi Luwak nebo drahocenná jamajská káva Blue Mountain. Mimo klasické Meinlovy kávy může zákazník také vybírat ze speciální nabídky z jednotlivých regionů: Etiopie, Brazílie, Kostariky, Guatemaly, Keni a Tanzanie. Abyste kávu mohli co nejlépe vychutnat, na zadní straně každého balení Meinlovy kávy je popsán nejlepší způsob přípravy: espresso, filtrovaná káva nebo turecká káva.

Čaj

Ať už upřednostňujete silný, těžký, nebo naopak lehký, aromatický čaj, Meinlova široká nabídka prvotřídních čajů zahrnuje ty nejlepší čajové plantáže Indie, Srí Lanky i Číny. Nabídku čajů Michiko, vytvořenou v roce 2003 a pojmenovanou po japonské manželce Julia Meinla II., tvoří široká paleta (přes 50 druhů) černých, ovocných, bylinných i zelených čajů. V krásném čajovém oddělení najdete exkluzivní druhy čajů, jako jsou například hvězda japonských zelených čajů Sencha Fukujyu, černá čajová směs Oolong Fancy Formosa, oblíbený Verveine, ale i čaje vyvažující zásaditost a kyselost a takzvané wellness čaje.

Šunka a uzeniny

Ať už solené, pažené, uzené, sušené, nebo dokonce ve formě pralinek – více než 400 druhů uzenin a nejméně 30 druhů šunky, včetně exotické šunky, jako jsou například italská Culatello nebo špa-

nělská Pata Negra, to vše dělá z oddělení šunky a uzenin J. Meinla exkluzivní místo.

Předkrmy a paštiky

Oddělení předkrmy a paštik překvapí zákazníky svými mazaně připravenými specialitami: krevety ve sladkokyselé omáčce, grilovaná zelenina, houby marinované v prvotřídním balsamickém octu, červené papričky plněné ančovičkami, drůbeží nádivka s lanýž, domácí pomazánky, játrové a zvěřinové paštiky a rolády plněné těmi nejvyššími surovinami – to jsou jen některé příklady z široké palety produktů prodejny.

Ryby

V závislosti na ročním období bude oddělení ryb nabízet více než 40 druhů ryb, jak mořských, tak sladkovodních. Ve Vídni představuje Meinlovo rybí oddělení jeden z největších rybích sortimentů: úlovek dne, jako je třeba čerstvý silh z Bodamského jezera, waldviertelský kapr nebo široká nabídka matjesů na jaře, exkluzivní ryby jako John Dory nebo halibut, to vše je tu k mání.

Sýr

S více než 400 druhy perfektně zralých sýrů z patnácti zemí světa nabízí oddělení sýrů milovníkům tohoto pokrmu jakoukoliv specialitu, na kterou si vzpomene. Julius Meinl am Graben úzce spolupracuje s místními, ale i s francouzskými a italskými výrobci sýrů, aby zajistil tu nejlepší možnou kvalitu i v tomto segmentu. Ať už měkký, tvrdý, z nepasterizovaného mléka, z mléka ovčím, kozím i kravím – má sýr pro každého. (tz)



Nejde o nic složitého, zkuste to se skutečným investováním

Prodali jste kus zahrady? Vyhráli ve Sportce? Nebo zdědili činžák a úspěšně ho pronajímáte? Vaší firmě se nebývale daří a vy si můžete zaplatit za ta léta poctivé práce a odříkání? Zkrátka – máte peníze navíc a přemýšlíte, co s nimi? Tady je jeden návod: spravujte je, staňte se investory. A přečtěte si názor odborníka. Je jím Jaroslav Mužík, předseda dozorčí rady ČSOB Asset Management, a.s., investiční společnost:

Rokem 2014 poklesly naděje drobnějších investorů – úrokové sazby i tak převážně skromných produktů domácích bank postoupily níže a naděje na zhodnocení velkých finančních prostředků nic moc...

Úrokové sazby na spořicíh nebo běžných účtech, na kterých nečinně dlouhodobě leží většina úspor českých domácností, jsou opět nižší. Úrok na těchto produktech často nedosahuje ani 1 % a od magické nuly je mnohdy dělí jen několik desetín. V tomto ohledu mám pro drobné střadatele špatné zprávy – v tomto roce neočekáváme výraznou změnu. Pokud se rozhodnu pokračovat výhradně v tomto způsobu spoření, nevydělám nic a reálně po očištění inflace prodělám. Alternativou je třeba v rámci novoročního předsevzetí zkusit skutečné investování. Nejde o nic složitého, v dobré bance vám poradí jak začít.

Nebo naopak nastává doba, kdy by se mělo nakupovat, protože stále platí zákony sinusoidy?

S investováním mohu začít kdykoliv, není třeba čekat na správnou konstelaci hvězd. Investování, chcete-li spravování peněz, je vel-

mi často mylně spojováno s burzovními spekulacemi, kde je cílem vydělat na pohybu kurzu cenných papírů. Asi každý z nás ví děl v médiích záběry zdánlivě chaoticky pohybujících se makléřů stresovaných z pádu cen. Tato představa je hluboce zakořeněná, a tak není divu, že řada z nás si řekne „to není pro mne“. Přitom investování, které mám na mysli, je v podstatě nudná a pomalá činnost, ve které správné načasování nákupu investic hraje jen jednu z rolí, a nikoli tu hlavní.

Co tedy s přebytky peněz, které navíc mnoho lidí i firem odmítá dlouhodobě vázat?

Před tím, než investor začne přemýšlet o tom, kam s přebytky peněz, měl by si rozmyslet, proč vlastně chce investovat. Pouštět se do spravování svých peněz bez řádného rozmyšlení zásadně nedoporučuji. Podobný plán není složité sestavit. V této fázi jde především o to odpovědět si na několik otázek o sobě a rodině. Například – jaký majetek mám k dispozici, co si chci

S investováním mohu začít kdykoliv, není třeba čekat na správnou konstelaci hvězd.

v budoucnu za své peníze pořídit, kdy budu peníze potřebovat a v jaké výši, jaké mám příjmy... Pokud se na to sami necítíte, můžete se obrátit na svou banku. Investiční specialista vám rád zpracuje investiční profil.

Jakmile mám v tomto jasno, mohu řešit kam investovat. Doporučuji vložit své peníze do širší škály různých aktiv v poměru, který nejlépe vyhovuje mému profilu. Investuji např. do vlastní nemovitosti, podílových fondů (akcií, dluhopisů), alternativních investic. Navíc je vždy dobré mít finanční produkty se státním příspěvkem a nezapomenout na hotovostní rezervu na účtu v minimální výši šestnásobku měsíčního příjmu. Výhoda tohoto přístupu je, že v různém období se daří nebo nedaří různým aktivům, vy tím pádem téměř vždy vlastníte hodnotné aktivum vhodné k prodeji. Hotovostní rezerva na účtech ve výši, kterou budu dle plánu opravdu potřebovat, mi zase umožňuje dostat se rychle k penězům a nemusím mít strach investovat část úspor např. na 5–10 let.

Výhledy analytiků se rozcházejí – jak bude vypadat v nejbližší době trh fondů, jak zklamání, nebo naopak radostní mohou investoři být?

Rok 2014 by opět mohl přinést radost méně bojácným investorům, tedy těm, kteří ve svých portfoliích budou mít zastoupeny i akciové investice, zpravidla pomocí diverzifikovaných akciových fondů, případně fondů smíšených. Vzhledem k dobré výkonnosti akcií v posledních letech je možné i očekávat určitý posun ve smyslu vyššího podílu prodeje akciových fondů oproti konzervativnějším fondům (dluhopisovým, peněžního trhu).

Diskutuje se o zlatě. Nakoupil byste dnes?

Zlato je aktivum, které řadíme k alternativním investicím – komodity. Zlato, které mám na mysli, je investiční zlato, a to buď v materializované, nebo nematerializované podobě, nikoli šperky. Ve vašich investicích by zlato mělo být zastoupeno maximálně v rozmezí 3 až 5 % a do menších portfolií bych ho nedoporučoval vůbec. Náklady na nákup a skladování zlata jsou relativně vysoké a jejich výše u menších objemů zlata snadno převyšuje zisk z nárůstu jeho ceny. Zlatu se říká komodita strachu, protože jeho cena roste v obdobích nejistoty, jak jsme tomu byli svědky v nedávné době. Potíž je v tom, že pokud porovnáme zlato například s akciemi nebo dluhopisy velkých firem, tak zlato na rozdíl od firem nic



Jaroslav Mužík

neprodukuje. Hodnota firem roste díky růstu firemních zisků, ale zlato v dlouhodobém horizontu maximálně kopíruje inflaci.

A co akcie – podle čeho cílit odhad a jak ošetřit míru rizika?

Pro investici do akcií nebo akciového fondu se rozhodují podle odpovědí na dvě klíčové otázky. Za prvé je důležitá kladná odpověď ohledně investičního horizontu, tedy zda jsem ochoten investovat uvažovanou sumu peněz na více než 5 let, ještě lépe pak 10 let. V delším časovém horizontu je totiž poměrně značná pravděpodobnost toho, že dosáhnou očekávaného výnosu (tedy cca 8 % ročně u akcií), dobrá a špatná období se stačí prostřídat. Druhá potřebná kladná odpověď se týká tolerance ke ztrátám. Akcie a s nimi akciové fondy kolísají ve své hodnotě kvůli takřka dennímu oceňování na burzách (třeba dům či byt oceňován není, takže ztrátu hodnoty své nemovitosti vlastník na očích nemá, a tudíž ho tolik netrápí). Pro některé lidi je psychicky nepřekonatelné vidět byt jen dočasnou ztrátu na svém majetku. Základem pro ošetření rizika, aby se případná ztráta nestala trvalou, je rozložení investic, tedy diverzifikace. Prostě neupnout se na jednu investici, jeden titul, jedno jméno, ale investovat široce mezi teritoria i odvětví. Toho lze snadno docílit investicí do akciových nebo smíšených podílových fondů.

Rok 2014 by opět mohl přinést radost méně bojácným investorům, tedy těm, kteří ve svých portfoliích budou mít zastoupeny i akciové investice, zpravidla pomocí diverzifikovaných akciových fondů, případně fondů smíšených.

Zdá se čím dál více, že jediným řešením jsou fondy. ČSOB si v tomto prostředí vede velmi dobře. Vloni bodovaly výnosy fondů, které vsadily na výrobu piva. Co bude ve vaší nabídce v nejbližší době následovat? Chystáte opět nějakou lahůdku?

Základem nabídky by měly být fondy Portfolio Pro, což jsou otevřené smíšené fondy s volitelnou úrovní ochrany investice ve výši 95 či 90 %. V roce 2014 bychom rádi dokončili jejich řadu na celkových 8 fondů a rádi bychom výrazně navýšili zainvestovaný objem do těchto fondů, který činí již více než 6 mld. korun. V roce 2013 tyto fondy přinesly klientům velmi zajímavé výnosy v rozmezí 4,5–13,9 %. V rámci strukturovaných a zajištěných fondů v roce 2014 jistě přineseme další zajímavá témata, tak jako byla v minulosti voda, potraviny a nápoje, šampioni sportu, pivovary apod. Pracujeme na tom, abychom mohli téma pivovarů našim klientům opět nabídnout.

V investování, ať chceme, nebo ne, hrají svou roli emoce. Psychologie je pozadím, které k tomuto prostředí patří. Jaký význam jí vy osobně přisuzujete?

Psychologie investorů skutečně významně ovlivňuje jejich investice. Bohužel ve většině případů negativně. Pramení to částečně



z malých zkušeností drobných nebo začínajících investorů, kteří mnohdy na první pokles ceny svého fondu nebo akcie reagují a investici prodají. Mnohdy přitom – jak jsme tomu byli svědky v roce 2008 – nabudou dojem, že svět se musí nutně zhroutit. Zkušený investor bere jako fakt, že jsou období, kdy ceny aktiv klesají, a období, kdy naopak stoupají. V období propadu cen naopak nakupuje. Dnes máme pět let od propadu akcií a fondů a jejich ceny jsou na původních nebo vyšších hodnotách. Kdo ale prodal, prodělal.

A jakou úlohu přisuzujete intuici v investování?

Lepší je spoléhat na svůj investiční plán a tím se řídit. Propadnout pocitu, že to umím odhadnout, přinese dříve či později ztrátu.

Víte, jak přesvědčit ty, kteří stále ještě přešlapují na místě a váhají, zda se do investování pustit? Nemovitosti v podobě budov jsou pro ně však příliš drahé, k půdě nemají žádný vztah, o zlatu pochybují, akcií se bojí a o fondech začínají uvažovat?

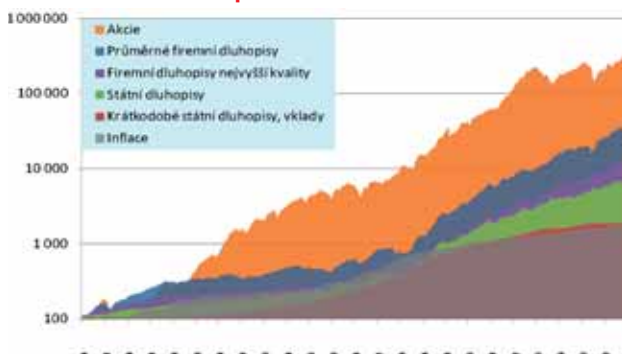
Řadu lidí odrazuje zdánlivá složitost a pocit, že tomu nerozumím, a proto nikdy nezačnou. Nejlepší je rozmyslet si investiční plán, a to zkusit pro začátek třeba v malém. Podílové fondy jsou pro to vhodnou variantou – začít mohou i s 1000 Kč měsíčně a investice je při tom široce rozložena. Mám-li zpočátku strach, což je přirozené, mohu si vybrat fond s ochranou investice. Ostatní přijde samo.

Přesto – výnosy řady fondů obecně nejsou až na výjimky slavné. Podle čeho by se měl začátečník zorientovat? Co by měl vědět, aby předešel zklamání?

Výnosy fondů za poslední roky považujeme za velmi dobré a rozhodně několikanásobně přesáhly výnosy, které mohli klienti dosáhnout na depozitních produktech. Průměrný výnos otevřeného fondu v korunách v roce 2013 dosáhl 7,30 %, přičemž několik fondů vydělalo více než 20 %. ČSOB Akciový fond – Vodního bohatství v roce 2013 vzrostl o 34,52 %, ČSOB Dividendových firem o 28,03 % a ČSOB Akciový mix o 25,02 %. Nedařilo se komoditám, kde ČSOB Komoditní fond poklesl o 11,02 %. Velmi dobrý je i průměrný výnos otevřených fondů v CZK za posledních 5 let, který dosahuje 6,78 % ročně (téměř 39 % absolutně). Toho na depozitních produktech opravdu nebylo možno dosáhnout. Nově investující klient by se měl hlavně poradit s odborníkem, který mu na základě několika otázek může pomoci vybrat vhodnou investici. Novým klientům bychom doporučili investici s určitým stupněm ochrany, jako jsou fondy Portfolio Pro nebo zajištěné a strukturované fondy.

otázky připravila Eva Brixi

Graf výnosnosti jednotlivých druhů aktiv v USA za posledních 80. let



Sazka hraje ligu mistrů

Nevím jak vy, ale já ráda pokouším štěstí. Naučila jsem se třeba kupovat losy jako dárek. Párkrát jsem šla ještě dál. Dovolila jsem si vyplnit políčka sázenky Sportky a poté vsadit a darovat. Jsem hvězda – dvakrát už to vyšlo. Symbolicky. Takto troufale obdarovávám průběžně příslušníky rodiny, známé, přátele. Už dávno jsem se oprostila od myšlenky, jak mi asi bude, když vyhraje brácha nebo přítel, a že jsem trdlo, protože losy a sázenky jsem si přece měla nechat sama. Ne, to není můj styl. Myslím, že veselí z případné výhry by mne naplnilo radostí nad tím, že jsem prostě měla šťastnou ruku. I když, kdo ví... Jestli se ze mne stane náruživý hráč, to je ve hvězdách. Možná až budu znuděná důchodkyně, která nepřestává věřit, že spravedlnost existuje.



Romana Goščíková, Tomáš Matuška a Robert Chvátal v právě pokřtěném studiu

Namlsaná jsem. Předloni k Vánocům sázanka maminky vyhrála, i když jen stovku. Byla z toho rodinná legrace i záminka k oslavě. Loni o Silvestru jsem si koupila jen tak z rozjívenosti los, protože si ho v trafice přede mnou pořídil i soused. Věřil, že vyhraje, tak jsem se k němu přidala. Byla to správná volba, hladová peněženka si pošmákla. Když jsme se s příbuznými loni v závěru roku dohodli, že prodáme jistou nemovitost a stvrdili to na poště ověřenými podpisy, koupila jsem na ukončení aktu také los – nemohu nepřiznat, že i tady ruka lovila správně. Věřím, že brzy přijde pořádné sousto. Jenže – takových nás je většina. Malý adrenalin a velké očekávání. Proč ne? Již jsem se rozhodla – přejdu i na sofistikovanější produkty.

Od 9. ledna totiž Sazka vysílá všechna losování her Sportka, Šťastných 10 a Euromiliony z nového a krásného televizního studia. Při jeho vzniku byly použity nejmodernější technologie, které umožňují mnoho dynamických variant pořadu. Samozřejmě součástí studia jsou plazmové obrazovky a digitální LED stěna.



Živé kulisy zároveň umožňují volný pohyb moderátorů, které snímají tři stacionární kamery. Dalšíh devět čipových kamer pak zabírá losovací zařízení a tažené míčky. V rámci inovací přišla Sazka i s novými znělkami.

„Sazka má jako národní loterie ambice hrát ligu mistrů ve všech oblastech, při přípravě nového konceptu vysílání jsme proto také analyzovali losovací pořady některých velkých a úspěšných evropských loterií. Otevřením nového studia jsme postoupili do skupiny nejlepších evropských týmů, řekl při křtu studia Robert Chvátal, generální ředitel Sazky.

V losovacích pořadech vystupují

noví moderátoři, Romana Goščíková a Tomáš Matuška, kteří prošli náročným výběrem pod dohledem odborníků i volbou sázejících. Do castingu bylo zařazeno zhruba 200 adeptů, výběr měl pět kol. Tváře, na které si začínáte zvykat, vás určitě dobře naladí. Vsadíte si.

„Vyhrávat peníze je přece veselá věc, proto jsme i nové pořady koncipovali jako zábavné, barevné a hravé. Prostě je to takové české Las Vegas,“ charakterizoval projekt režisér Rudolf Kudrnáček. Další přidanou hodnotou budou návštěvy zajímavých osobností, převážně sportovců, ve studiu,

rozhovory s nimi. A to měsíčně, vždy při mimořádném losování Sportky. Výroba losovacích pořadů je nadále pod taktovkou České televize a podílí se na ní docela velký tým specialistů. To proto,

aby diváci nejen losování sledovali, ale také se kultivovaně bavili a něco nového se dověděli.

Nová vizuální identita Sazky jako významné marketingové firmy má otevřít srdce mnoha lidí, dávných příznivců, i úplných začátečníků. Sázení je přece o snech, o jejich plnění, o touhách, představách i tom vzrušení. Pokusit se oslovit štěstí – kdo by to nezkusil?



Generálnímu řediteli Sazky Robertu Chvátalovi jsem při křtu nového studia v budově Sazky v Praze položila několik otázek:

Podle čeho vy sám sázíte? Jsou to určitá rodinná výročí, nebo třeba Štědrý den, první jarní den, datum vaší svatby?

Tak to vám mohu říci zcela přesně. Dříve jsem sázel jako spousty jiných lidí tím způsobem, že jsem spoléhal na data narození. Jenže tím jsem sám sebe znevýhodňoval a ochuzoval. Měsíc má nejvýše 31 dní, a sázanka Sportky 49 čísel. Přešel jsem tedy na metodu větší pravděpodobnosti.

A jaká čísla tedy volíte?

Volím náhodný tip a plnou sázanku. Tak je totiž velká šance na výhru, pokud nemám vlastní čísla.

Vyhrál jste někdy?

Zní to možná neuvěřitelně, ale jednou jsem skutečně vyhrál. Bylo to shodou okolností brzy poté, asi měsíc, co jsem nastou-

pil do Sazky. Pamatuji se na to dobře, i když to nebyla velká výhra. Ale 5000 korun jsou také peníze.

Kupujete losy jako dárek?

Možná vás to překvapí, ale kupuji. Ani mně to nedá, zkouším to jako všichni ostatní. Dávám naše losy jako dárky svým blízkým. A samozřejmě i sám sobě. Každý náš los přece vyhrává! Ty kouzelné okamžiky napětí, vyhrál-nevyhrál, ty stojí za to.



připravila Eva Brixi ▶



Češi se chodí do bankovních poboček především poradit

Podle průzkumu Citibank Europe plc je pro 50 % Čechů důvodem návštěvy banky získání informací nebo konzultace konkrétního požadavku s bankéřem. Pouhá pětina Čechů (19,9 %) chodí do bankovních poboček kvůli zřízení nové služby či podání žádosti o bankovní produkt. Osobně banku kvůli zrušení určitého typu služeb navštíví však jen necelých pět procent lidí (4,7 %).

„Výsledky průzkumu nám opakovaně potvrzují trend posledních let, kdy lidé řeší stále více věcí přes internet a osobně do banky chodí mnohem méně,“ řekla Veronika Špaňárová, ředitelka retailového bankovníctví Citibank, a dodala: „I z tohoto důvodu je dlouhodobou strategií Citibank poskytování kvalitních služeb online, a to jak prostřednictvím internetového, tak mobilního bankovníctví.“

Více než polovina (52,8 %) respondentů uvedla, že navštěvuje pobočku své banky méně než jednou v měsíci.

Průzkum Citibank také zkoumal, jaké mají Češi o mobilním bankovníctví povědomí a jak je využívají. Celých 84,2 % respondentů uvedlo, že pojem znají a čtvrtina z nich

mobilní bankovníctví používá. Znalost a popularita mobilního bankovníctví v české populaci postupně roste. Z průzkumu realizovaného před dvěma lety vyplynulo, že pojem mobilní bankovníctví znalo v té době 80 % respondentů, takže mírný růst je zde patrný. „Podle aktuálního průzkumu se také 83,2 % respondentů domnívá, že mobilní bankovníctví má pro uživatele přínos. V roce 2011 to bylo pouze 51,8 % dotazovaných,“ sdělila Veronika Špaňárová.

Z lidí, kteří mobilní bankovníctví nepoužívají, jen 14 % respondentů nemá důvěru v realizaci bankovních úkonů prostřednictvím mobilního telefonu a pouze desetina lidí neumí se službou zacházet. Překvapivým výsledkem průzkumu je tvrzení několika málo respondentů (necelá 2 %), že službu nepoužívá kvůli jeho vysoké ceně. „Tento výsledek je pro nás překvapivý, protože mobilní bankovníctví je v Citibank poskytováno zcela zdarma a obavy o náklady vynaložené na používání této služby jsou bezpředmětné,“ doplnila Veronika Špaňárová.

(tz)

Loni přes platební terminály České spořitelny 135 mld. Kč

V roce 2013 lidé přes platební terminály České spořitelny provedli více než 161,8 mil. transakcí kartami v celkovém objemu 134,7 mld. Kč, ve srovnání s rokem 2012 se počet transakcí zvýšil o 14 % a objem o 8,5 %. Jak ukazují statistiky, především počet transakcí platebními kartami neustále roste. Svědčí to hlavně o tom, že je platba kartou v dnešní době zcela samozřejmou záležitostí. Vliv na tuto skutečnost mají i bezkontaktní platební karty, kterými si lidé zvykli běžně platit zvláště menší částky. Průměrná transakce kartou činí 833 Kč.

Nejvíce platili lidé kartami před Vánoci: rekord padl v pondělí 23. prosince, kdy přes platební terminály ČS uskutečnili 921 tisíc plateb v celkovém objemu 778 mil. Kč. Tolik transakcí během jednoho dne Česká spořitelna ještě nezaznamenala. Síť platebních terminálů České spořitelny

byla i navzdory velkému vytížení stabilní a bez problémů zvládla i tento náročný předvánoční provoz.

(tz)

Srovnání celkového počtu a objemu transakcí v letech 2011 - 2013

Rok	Počet transakcí na platebních terminálech ČS	Objem transakcí na platebních terminálech ČS
2011	107,0 milionu plateb	102,0 mld. Kč
2012	141,8 milionu plateb	124,1 mld. Kč
2013	161,8 milionu plateb	134,7 mld. Kč

Správnou nohou do roku 2014

Potrpíte si na zavedené obyčeje, zvyky či jiné rituály, a to zvláště v přelomových okamžicích? Většina z nás určitě ano. Dokonce i ti, co takové praktiky odmítají, si svůj záporný postoj alespoň nějakým způsobem zdůvodňují. Na počátku nového roku si lidé dávají předsevzetí, protože začínají symbolicky popisovat čistý list, tentokrát s letopočtem 2014. Dostávají novou příležitost vzít svůj život do ruky lépe, opravdověji a zodpovědněji.

Rozhodli jsme se udělat malý průzkum mezi osobnostmi ve světě podnikání. Chtěli jsme zjistit, zda spolu správná předsevzetí a úspěchy v profesi nějak souvisí, nebo nikoli. A proto jsme se zeptali:

Jaké předsevzetí jste si do roku 2014 dal? Dodržíte ho? Bude vás motivovat? Nezapomenete na ně?

Ing. Michal Vaněček, Ph.D., MBA, spolumajitel firmy T-SOFT a.s.



Cesta do pekel je dlážděna dobrými předsevzetími, říkal s oblibou můj tatínek. Předsevzetí si proto snad ani nedávám. Stalo se pro mne téměř synonymem něčeho, co má negativní nádech, protože to implikuje závazek, o němž dopředu pochybujeme. Předsevzetí mívají často charakter typicky špatně nastavených cílů – neměřitelná,

nesplnitelná, bez postupných vítězství.

Samozřejmě na konci roku dělám bilanci roku uplynulého a plány na rok příští. Má to však charakter, spíš než předsevzetí, konkrétních plánů a cílů, o nichž jsem přesvědčen, že je mohu splnit. A týká se to jak cílů v oblasti osobní, tak v oblasti firemních aktivit a charitativních projektů, které realizujeme v rámci nadace. Mám ale přesto jedno takové oblíbené osobní předsevzetí, a to předsevzetí, že tento rok určitě zhubnu. A mám to předsevzetí moc rád, protože jsem si ho zamiloval, dávám si ho úspěšně už asi podesáté...

PhDr. Václav Friedmann, Ph.D., tiskový mluvčí, SAZKA sázková kancelář, a.s.

Předsevzetí do nového roku si většinou nedávám, ale letos jsem si dal jedno pracovní – udělat maximum pro to, aby lidé co nejvíc hráli hry Sazky, vyhrávali, a tím pádem si mohli plnit svoje sny. Motivovat mě bude to, že velkou část tržeb rozdělíme nejen na výhry, ale opět se vrátíme k tradici Sazky a budeme finančně podporovat mládežnický sport. A i když už nejsem „mládežník“, tak jsem si dal osobní předsevzetí, že budu víc sportovat, než tomu bylo loni.



Ing. Jiří Horák, předseda Svazu květinářů a floristů ČR



Mám osobní, pracovní a profesní. Vyjádřím zde pouze profesní předsevzetí. Chci v něm udělat další krok pro větší zviditelnění našeho krásného oboru, a pokud budu zvolen do představenstva Agrární komory ČR, tak i pro vážnost celého českého zemědělství.

Ing. Ivan Mach, CSc, prezident Aliance výživových poradců ČR

Přeju si, abych v novém roce prosperoval jako výživový poradce spolu s našimi poradci sdruženými v Alianci výživových poradců ČR. A aby také prosperovalo naše vzdělávání ve výživě a prevenci, tj. naše certifikované kurzy Nutris, jako dosud. Za prosperující však považuji jen to, co je úspěšné nejen z hlediska podnikání jako podnikatelského subjektu, tedy z mého individuálního pohledu, ale hlavně to, co viditelně pomáhá lidem, tj. klientům a našim poradcům.

Mohu být subjektivně, ale také objektivně úspěšný, tedy prosperující, tehdy, když moje podnikání není jen ekonomicky profitní, ale především přináší společenský přínos. Za ten považuji spokojenost klientů a posluchačů a jejich



motivování k upevňování zdraví a rozšiřování odborných znalostí.

Podobně se učím vnímat i úspěšnost politiků, kteří mohou být úspěšní nejenom tehdy, když vyhrají nějaké hlasování, získají více peněz pro svůj rezort, bez ohledu na efektivitu s jejich nakládáním, nebo se udrží ve funkci, ale jen tehdy, když kromě řešení afér „přihrávají“ na tvorbu a upevňování trvalých společenských hodnot – např. srozumitelnosti, využitelnosti a vynutitelnosti zákonů, k neprůchodnosti korupčního chování či k efektivnímu využití daní občanů v jejich prospěch.

Moje předsevzetí tedy je, že podobně, tedy objektivní prosperity bych i já spolu s našimi výživovými poradci chtěl v oblasti popularizace výživy jako nástroje k upevňování zdraví a k prevenci v novém roce dosáhnout!

Ing. Zdeněk Juračka, šéf Skupiny COOP

Život mne naučil, že od určitého věku by si člověk žádná, a navíc tvrdá či nesplnitelná předsevzetí neměl dávat. Já jsem do tohoto limitního věku bohužel již dospěl. Svým způsobem je to dle mého názoru znásilňování (mělo by to být trestné) vlastní osobnosti. U mne je přijetí této filozofie z velké části ovlivněno i mou povahou a životní zásadou, že závazky, i ty vlastní, se snažím vždy plnit, což vám, pokud máte podobnou náaturu, minimálně, ale téměř s jistotou, jistě zkomplikuje již tak nelehké žití.



připravili Pavel Kačer a Eva Brixi

Rekordní rok hypoték 2013

Český hypoteční trh byl v roce 2013 pro české banky rekordním. Ty totiž podle odhadu Hypoteční banky, jedničky hypotečního trhu, poskytly hypoteční úvěry na bydlení celkem za 155 miliard korun*. Jde tak proti roku 2012 o nárůst objemu o 28 % a zároveň překonání doposud absolutně nejúspěšnějšího roku 2007 zhruba o 12 miliard korun. Rekordní objemy byly doprovázeny také rekordně nízkými úrokovými sazbami a příznivými cenami nemovitostí.

Odhadovaný výsledek trhu za rok 2013 také ukazuje, že Hypoteční banka potvrdila pozici hypoteční jedničky na českém trhu v nové produkci, když v roce 2013 poskytla úvěry na bydlení v celkové výši 43 miliard korun. Z pohledu bilance je Hypoteční banka s 200 miliardami korun pátou největší bankou v České republice.

„Odhady Hypoteční banky na úrovni 155 miliard ukazují na skutečně mimořádný rok na hypotečním trhu. Vedle rekordních objemů byly neobyčejně nízké i úrokové sazby, které si v roce 2013 sahaly na své historické dno. V celkové produkci se oproti minulým letům podepsal trend refinancování, který podle našich odhadů tvořil třetinu celkové produkce. Přesto je však zřetelný nárůst nových obchodů ve výši 19 procent,“ uvedl Jan Sadil, předseda představenstva a generální ředitel Hypoteční banky.

Právě úrokové sazby, vykazující poslední roky nízké úrovně, dosáhly v roce 2013 historického minima. V červenci totiž dosáhly podle ukazatele Hypoindex průměrné hodnoty 2,95 %. To je o téměř tři procentní body méně než v srpnu 2008, kdy byly za posledních deset let na nejvyšší úrovni (5,82 %). Od poloviny roku 2013 pak sazby mírně rostly, v listopadu dosáhla jejich průměrná úroveň 3,09 %. Nadále jsou tak hypoteční úvěry atraktivním způsobem investování.

„Vývoj roku 2014 se dá těžko odhadovat. Minulý rok výrazně překročil naše očekávání a potvrdil, že přesné odhady je na začátku roku těžké predikovat. Navazujeme na v pořadí čtvrtý rok růstu hypotečního trhu v situaci příznivých úrokových sazeb a stabilních cen nemovitostí. Celkovou produkci bude i nadále ovlivňovat trend refinancování,“ konstatoval Jan Sadil.

Lidé loni prostřednictvím Hypoteční banky nejvíce financovali kou-

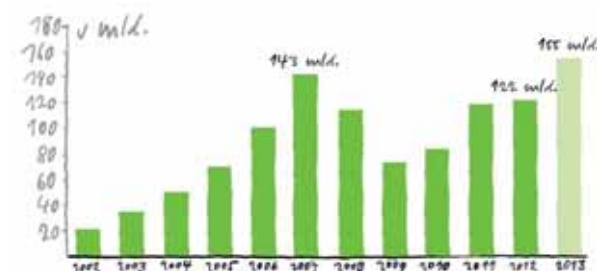
pi starších nemovitostí. Ve velkých městech pořízení starších bytů kategorie 2+1 nebo 1+1 velikosti do 60 m², a v obcích do 50 tisíc obyvatel kupovali zájemci nejčastěji starší rodinné domky o velikosti do 120 m². Výjimkou byla Praha, kde díky široké nabídce developerů převládá zájem o koupi větších bytů o velikosti 3+1. Klienti Hypoteční banky si v průměru berou úvěr 1,8 milionu korun na 70 procent zástavní hodnoty nemovitosti s fixací na pět let.

* Odhad Hypoteční banky k objemu tržní produkce hypotečních úvěrů v roce 2013 dle oficiální metodiky MMR.

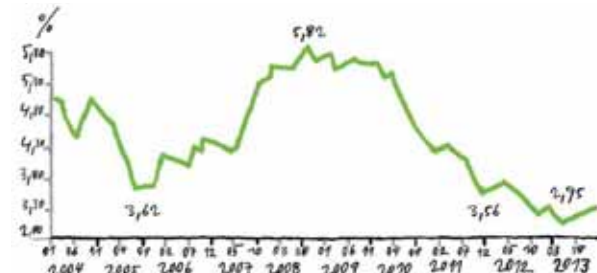


(tz)

Objem hypotečních úvěrů v uplynulých letech



Vývoj průměrné úrokové sazby



Zdroj: Ministerstvo pro místní rozvoj (MMR), Hypoindex, Hypoteční banka

Vysoká škola podnikání zahájí studium netradičně v únoru

Vysoká škola podnikání nabízí v České republice ojedinělou a novou možnost začít studovat v únoru. Zájemci o vysokoškolské studium nemusí čekat do září, ale mohou nastoupit už za pár dní. A to na bakalářské (třileté) nebo na navazující magisterské (dvouleté) studium v akreditovaném studijním programu Podnikání.

„Uvědomili jsme si, že na českém trhu chybí možnost začít studovat jindy než v září. Přitom v životě mohou nastat různé situace, kdy chcete nebo potřebujete začít studovat, ale musíte čekat až do září. To se může stát například v souvislosti se změnou zaměstnání, nebo naopak když vás zaměstnavatel vyzve ke zvýšení vzdělání, nebo se vám naskyt-



ne více volného času a vy jej chcete efektivně využít, například maminky na mateřské dovolené a podobně,“ vysvětlil Jiří Cenciála, rektor Vysoké školy podnikání.

V některých zemích podobné možnosti běžně fungují, v České republice jde ale zatím o spíše ojedinělou záležitost. Vysoká škola podnikání poprvé nabídla možnost studovat od února začátkem roku 2013 a předpokládá, že i letos tuto možnost, a navíc za zvýhodněných finančních podmínek, využije několik desítek lidí. Studium je určeno pro zájemce o tzv. kombinovanou formu, tedy dálkové studium. Přijímací řízení probíhá formou pohovoru s poradcem pro studium, v případě magisterského studia formou ústní zkoušky. Přihlášku je možné poslat poštou nebo vyplnit a odeslat elektronicky na webových stránkách školy. Přijímací řízení je bezplatné.

Vysoká škola podnikání působí v Ostravě už 13 let a studium tam úspěšně absolvovalo přes 6000 lidí, kteří nemají problém seberealizovat se na trhu práce. Řada z nich má vlastní firmu. Škola se zaměřuje na vysokou kvalitu vzdělávacího procesu a zároveň na uplatnění studentů v praxi. Spolupracuje s firmami, zajišťuje praktickou přípravu studentů, a to i v zahraničních firmách prostřednictvím výměnného programu LLP/Erasmus. „Pravidelně pořádáme také setkání s úspěšnými manažery a podnikateli, aby studenti měli co nejvíce možností střetávat se s realitami ekonomickými, obchodními, strategickými a jinými problémy. Podporujeme inovativní nápady našich studentů, máme Podnikatelský inkubátor, který mohou využívat,“ dodal Radan Jünger, předseda představenstva Vysoké školy podnikání.

V neposlední řadě také specializace, které si mohou studenti v průběhu studia zvolit. Vysoká škola podnikání pečlivě vybírá tak, aby co nejlépe vyhovovaly potřebám trhu práce. Absolventi Vysoké školy podnikání nacházejí uplatnění všude tam, kde potřebují a hledají lidi schopné, odpovědné, kreativní a podnikavé. Škola se snaží také vést studenty k samotnému podnikání. Vzhledem k tomu, že nabízí třileté i pětileté studium v prezenční (dení) nebo kombinované (při zaměstnání) formě, její absolventi se uplatňují i ve státní sféře, na úřadech apod.

(tz) ■

Bonboniéra jménem Golemův šém je příběh bylin, češství i obyčejného naštvání

PhDr. Václav Andrlé, CSc., je malíř. Také podnikatel. A zřizovatel gymnázia. Experimentátor, který se zajímá o vše nové, ať už jsou to účinky rostlin na člověka, nebo vynálezy všeho druhu. Jeho životní potřeba je tvořit, nápady uvádět v život. Jedním z nich je bonboniéra nazvaná Golemův šém. Nyní přemýšlí, co všechno ještě udělat, aby získala na našem trhu silnější, a ještě silnější postavení. Nespěchá. Ví, že všechno má svůj čas. Kamarádům a známým dává ochutnat čokoládové bonbóny, které vznikly jako příběh, mají svou filosofii i vizi. Věří, že pochvala a osobní reference dokáží své. Loni na podzim dostal Golemův Šém ocenění v soutěži Česká chuťovka. Od té doby se o něm hodně mluví. Myslím, že by potěšil i jako originální dárek 14. února, bude přece Valentýna! Ostatně – ochutnejte s námi:

Proč začal malíř vyrábět čokoládu? Ví, nevyrábíte ji, ale založil jste firmu Sapio, přišel s nápadem, a vyrábí ten, kdo má s oborem již zkušenosti...

Myšlenka vytvořit něco ryze českého přišla již poměrně dávno, asi tak před deseti lety. Byla to prostě reakce na situaci, kdy množství zboží, které nás začalo obklopuvat, většinou zahraniční produkce, se ale vůbec nevztahovalo k našim, tzn. českým tradicím. Jsem původně sociolog a etnolog, a tak sáhnout do české historie bylo vcelku logické. Bylo to tedy obyčejné naštvání.

Renezanční doba Rudolfa II. se stala inspirací pro zamýšlený produkt. Hlavní město Českého království se stalo v těchto dobách centrem věd a umění. Na dvůr císaře přicházelo množství vědců, alchymistů ale i fantastů všeho druhu. Součástí příběhů o rudolfínské Praze je také příběh o pražském Golemovi, který se stal základem naší myšlenky. Šém, který oživoval hliněného Golema, bude oživovat každého z nás.

Golemův šém je neobvykle řešená bonboniéra. Co je principem výrobku?

Od vlastního nápadu k realizaci bonboniéry to nebylo jednoduché. Pomáhala i řada blízkých přátel od šumavského bylinkáře Josefa Jindřicha, přes sochaře Jiřího Fürsta, malíře miniatur Jindřicha Ulricha, po mé rodinné blízké, a v neposlední řadě samozřejmě samotný výrobce – provozovatel ro-
dinné manufakturní čokoládovny Kamil Chocolatés z Výskytné nad Jihlavou František Hlava. Je to firma, kte-

rá byla mnohokrát oceněná pro vynikající produkci čokoládových a cukrářských výrobků.

Jak již bylo řečeno, základní myšlenkou byl šém. Bylo ale nutné vymyslet jeho tvar, podobu a složení. Většina národa šém zná z jeho filmového ztvárnění v Císařově pekaři a pekařově císaři. Filmová podoba kuličky nemohla obstát. Po dlouhém hledání a rozvažování zvítězil tvar trojhranu, který hned splňoval i několik dalších praktických požadavků. Z dvanacti kusů lze sestavit podobu Davidovy hvězdy, což zároveň vyjadřuje syntézu mužského a ženského principu.



PhDr. Václav Andrlé, CSc.

Vím, že máte vztah k bylinám, osvědčeným recepturám, ale že také vymýšlíte zásadní bylinné inovace... Jaké bylinky provázejí Golemův šém?

Vyřešením tvaru šému se dostáváme i k jeho obsahu. Pokud, jak již bylo řečeno, má šém oživovat, povzbuzovat apod., bylo nutné projít i říši bylin. Jako nejvhodnější se ukázalo použití Ašvagandy (což je indický žen-šen) a Yzopu. Takže tyto byliny tvoří základ náplně, která poskytuje nejen lahodnou chuť, ale má i povzbuzující účinek, který by měl evokovat vzpomínku na tajemný pergamen, jenž byl vkládán Golemovi do úst a probouzel jej k životu. Aby celá bonboniéra nebyla fádní, doplnili jsme tři příchutě, a tak bonboniéru tvoří 12 čokoládových šémů, z nichž po čtyřech je s příchutí chilli, zázvoru a kaštanu.

Není to jen tak nějaká čokoláda, ale je to bonboniéra trochu magická, navazující na slavnou renezanční dobu Rudolfa II. Proto tento náš výrobek chrání i zaregistrovaná ochranná známka nejen na trhu v České republice a Evropské unii, ale i v Rusku.

Váš produkt je chráněn pro území Evropy, není to jen tedy „nějaká“ čokoláda, ale ta, jež má blízko k magii v tom nejlepší slova smyslu. Prodej se rozbíhá, lidem se to líbí, co dál?

Takto koncipovaný produkt je ještě doplněn o stylizovanou brožuru s legendou o pražském Golemovi a dvě reprodukce originálních portrétů některé z osobností rudolfínské Prahy od malíře Jindřicha Ulricha. Bonboniéra se tak stává naprosto skvělým dárkem připomínajícím Prahu a její genius loci. Není to jen tak nějaká čokoláda, ale je to bonboniéra trochu magická, navazující na slavnou renezanční dobu Rudolfa II. Proto tento náš výrobek chrání i zaregistrovaná ochranná známka nejen na trhu v České republice a Evropské unii, ale i v Rusku.





A kde ho lze koupit?

Distribuce se postupně rozšiřuje, zájem roste. Přehled aktuálních míst, kde lze bonboniéru zakoupit, lze nalézt na našich webových stránkách (www.sapiosro.cz) v rubrice distribuce.

Mohl by to být i báječný valentýnský dárek. Kdo by měl darovat spíš? Muž ženě, nebo obráceně?

V tomto ohledu není bonboniéra genderově vymezená. V každém případě vždy potěší a přispěje k příjemné a vhodné atmosféře. Ale také to může být dárek firemní, pro obchodní přátele, partnery a při libovolné příležitosti. Dobrou čokoládu nikdo neodmítne, naopak otevírá cestu k další komunikaci.



Ale také to může být dárek firemní, pro obchodní přátele, partnery a při libovolné příležitosti. Dobrou čokoládu nikdo neodmítne, naopak otevírá cestu k další komunikaci.

Jak čokoláda ovlivňuje koncentraci duševně pracujícího člověka?

Čokoláda jako taková samozřejmě dodává energii. Přísady šému by pak měly znásobovat povzbuzující účinek. Šém tak může být vhodný třeba i pro řidiče.

Také jste zřizovatelem gymnázia – znamená to, že obchodní duch je hybnou silou vašich aktivit?

Gymnázium, a školství vůbec, není obchodní záležitost. Tam jde o snahu realizovat určité – většinou nonkonformní – představy o vzdělání. V případě Gymnázia bratří Čapků představu důsledně humanitního, literárně-umněnovědně orientovaného gymnaziálního studia jako kvalitní přípravy na univerzitní studium humanitních, případně společenskovedních oborů. Dá se tedy říci, že jde spíš o obecnou kreativitu snažící se zaplnit deficit naší doby.

Věříte ve štěstí? Každá zajímavá novinka by si ho zasloužila...

Doufám, že si šému všimne stále více firem a institucí a bude ho užívat jako specificky český „prezent“ reprezentující naši zemi. Do budoucna plánujeme obohatit bonboniéru o CD s českou renesanční hudbou. Ukázku si již dnes můžete poslechnout na našich webových stránkách.

otázky položila Eva Brixi

inzerce

PO KAPITALISMU PŘÍCHÁZÍ NOVÁ ÉRA: TALENTISMUS

To jediné, na čem dnes záleží, jsou lidé. Můžete nabízet skvělou službu nebo výrobek, ale bez správných lidí je neprosadíte. Zavedte 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



Zaručeně neseženete

Sháníte obchodníka? Zaručeně neseženete! O zaměstnání se u vás ve firmě uchází kde kdo. Jakmile se zeptáte, jestli by mu nevadilo, kdyby dělal i obchod, málem se urazí. Když ne, vytřeští na vás oči a zeptá se, zda slyšel dobře, a jak to myslíte. Jo, tak jak to říkám, odvětíte a přesvědčujete dál – potřebuji obchodníka...

To nemyslíte vážně, mám vysokou školu, já a obchodník?

Slovo obchodník jako by bylo nějaké sprosté slovo, název profese, která je na společenském žebříčku na nejhorším místě. Obchodník jako by bylo zaměstnání podřadné, jímž se dá jen opovrhovat. Po volání nevznešené, které se nemůže srovnávat s profesí učitele, lékaře ani bagristy. Obchodník, který dokáže prodávat šátky, inzerci, doplňky stravy nebo šicí stroje, služby důchodcům nebo lístky do pekla, je člověk nedostatkový, a přesto nedoceněný, je to holt spodina, ale nedostatková. Pokud vůbec takový člověk existuje. Jenže on spíš neexistuje. Všichni ho potřebují, jen ne on sám sebe. Člověk by dělal cokoli, jen by nechtěl prodávat! Je to totiž docela velké riziko, značná odpovědnost, velká tíže. Být dobrým obchodníkem neznamená jen pracovat a brát provize. Být obchodníkem znamená umět, vědět a dělat. Ne se za to stydět.

Eva Brixi, šéfredaktorka



Čtete s námi

Barevná vinotéka ostravského hotelu Mercure

Známé latinské rčení hlásí – IN VINO VERITAS neboli ve víně je pravda. Snad i proto patří nápoje z vína mezi velmi oblíbené. Ať už máte chuť na sklenku vína k dobré večeři, či si přejete přinést na oslavu dárek, vždy je dobré porozhlédnout se po víně vyšší kvality, u kterých je zaručena lahodná chuť i vůně. Vinotéku s nabídkou vín z nejlepších francouzských vinic, ale také kvalitních italských, argentinských, rumunských či moravských vín, nově nabízí také hotel Mercure Ostrava Center hotelové sítě Accor. Vína jsou zde pečlivě vybírána zkušenými sommeliéry, a na své si tak přijdou i ti nejnáročnější milovníci vína, kteří ocení například exkluzivní kousek – Margaux Premier Grand Cru Classé Château Margaux, jehož kvalitě odpovídá i cena, která se pohybuje kolem 20 000 Kč. Kromě stálé nabídky, která čítá kolem 35 druhů vín, si lze prestižní kousky individuálně i objednat. Vinotéka ostravského hotelu Mercure zaujme jak nevšedním vzhledem, kdy jsou jednotlivé lahve vystaveny přímo v lobby hotelu, tak zejména skladbou vín. „Naš vinný listek jsme sestavovali s profesionálními sommeliéry tak, aby si vybral každý milovník vína. V naší nabídce jsou k dostání vína jak pro běžnou veřejnost, která si ráda dopřeje kvalitu, tak i pro opravdové znalce a odborníky vína,“ vysvětlil Vladimír Šic, ředitel hotelu Mercure Ostrava Center a dodal: „Otevření našeho vinného listku hotelu Mercure je jako otevření dveří dokonalého vinného skřipku. Kamkoliv se podíváte, objevíte vína, která jsou silná, osobitá, okouzující i ovocná, a přesto jsou plná třísloviny a elegance. U nás si zkrátka vybere opravdu každý.“ V nabídce pocho-pitelně nechybí ani finančně dostupná kvalitní vína, jako například Modrý Portugal pozdní sběr z Velkopavlovické oblasti, který pořídíme za cenu kolem 200 Kč, stejně jako víno Dornfelder ze Slovák. Nechybí ani pravé šampaňské Piper Heidsieck Brut či Dom Perignon.

(tz)

Prosperita Fresh Time

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 3, leden 2014
Vydává RIX, s.r.o., Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9

šéfredaktorka: Eva Brixi

e-mail: bixi@ioprosperrita.cz, mobil: 602 618 008

obchodní ředitel: Martin Šimek

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

redakční tým: Pavel Kačer, Jiří Novotný, Kateřina Šimková

zlom: Karel Švihel

korektury: Mgr. Pavla Rožničková

tisk: H.R.G. spol. s r.o., distribuce: 5P Agency

www.fresh-time.cz

Placené textové materiály jsou označeny grafickým symbolem

Bohatí a charita

Přibližně 85 % movitých lidí v Česku se pravidelně či příležitostně věnuje některé dobročinné aktivitě. Vyplývá to z průzkumu angažovanosti privátních klientů ČSOB v charitativní oblasti. Stejně procento respondentů považuje za nejdůvěryhodnější poskytnutí věcného daru. Pravidelnému přispívání na dobročinnost se věnuje zhruba třetina oslovených privátních klientů ČSOB. Díky nové platební kartě World Elite se toto číslo ještě zvýší. Část platby totiž půjde automaticky na charitu.

Když přispívá na charitu, tak jedinec napřímo. Takový názor má celých 64 % klientů privátního bankovníctví ČSOB. Druhou oblíbenou formou je finanční podpora nadace nebo nadačního fondu. „Lidé se nejčastěji rozhodují podle toho, co jim doporučí jejich rodina, přátelé a známí. Velká část je také oslovována napřímo ze strany dobročinných organizací nebo zájemců o podporu,“ doplnil způsob výběru charitativní činnosti Martin Kosobud, výkonný ředitel ČSOB Private Banking a dodal: „Klienti se při konečném rozhodování soustředí na zaměření projektu (36 %) a také na efektivitu využití darovaných prostředků (32 %).“

Mezi nejoblíbenější charitativní projekty patří pomoc ohroženým dětem a příspěvky do zdravotní oblasti. „Naši klienti do nich přispívají stejným dílem (26 %). Naopak menší zájem mají o kulturu nebo ochranu zvířat. Tento typ dobročinnosti si vybírá jen zhruba desetina oslovených,“ komentoval výsledky průzkumu Martin Kosobud. Samozřejmě vliv má také individuální vztah k danému projektu. Hodnotu věnované podpory si dárci neurčují předem, ale rozhodují se podle potřeby vybraného projektu a jeho závažnosti.

Téměř polovina bohatých lidí (konkrétně 40 %) souhlasí s tím, že dobročinné aktivity jsou potřebné, přičemž přibližně třetina z nich vnímá nezbytnost vlastního angažmá. ČSOB se proto rozhodla jim vloni vyjít vstříc zajímavou aktivitou. „Od roku 2014 budou mít klienti ČSOB možnost platit speciální kartou World Elite, která bude z každé transakce odvádět 0,6 % na charitu,“ vysvětlil možnosti snadné pomoci dobročinným organizacím Tomáš Jelínek, ředitel teplické pobočky ČSOB Private Banking. Získané finanční prostředky budou rozděleny mezi Výbor dobré vůle, Nadaci charty 77, Nadační fond Českého rozhlasu, Nadaci VIA, a Člověka v tísni. Vybrané neziskové organizace respektují preference klientů ČSOB Private Banking. „Banka svými aktivitami společenské odpovědnosti dlouhodobě podporuje neziskový sektor. Možnost přispívat organizacím prostřednictvím každodenních platebních transakcí je však jedinečnou možností, jak na projektech spolupracovat s našimi klienty. To je, myslím, zajímavé pro všechny strany,“ komentovala záležitost Alena Králíková, manažerka společenské odpovědnosti ČSOB.

Počet klientů ČSOB Private Banking za posledních pět let rostl průměrně ročně o 2 % a výše jejich aktiv za stejné období o 8 %. Největší skupinu tvoří majitelé společností (asi 35 %) a osoby samostatně výdělečně činné (přibližně 24 %). Mezi další kategorie movitých osob patří top manažeri, dřívější vlastníci společností, rodinní příslušníci a v menšině i sportovci a známé osobnosti.

ČSOB se začala privátnímu bankovníctví věnovat v roce 2002. Spravuje majetek klientů, kteří disponují finančními prostředky převyšujícími 10 mil. Kč (nebo ekvivalent v jiné měně). V současné době ČSOB nabízí privátní bankovníctví v 16 pobočkách ve všech regionech ČR. ČSOB Private Banking je lídrem privátního trhu a má na tomto trhu 30procentní podíl co do počtu klientů i objemu peněz ve správě.

ČSOB dbá na diskrétnost, ochranu dat a informací. Klade vysoké nároky na privátní bankéře, kteří obsluhují omezený počet klientů a mají přístup k mezinárodnímu know-how mateřské společnosti KBC se sídlem v Belgii. Klientům jsou nabízeny kromě běžných bankovních produktů i produkty určené pouze pro privátní klientelu. Hlavní těžiště této speciální nabídky je v produktech pro zhodnocení finančních prostředků.

(tz)

Čeští manažeři: motivujte zaměstnance vlastním příkladem

Osobní příklad je klíčovým motivačním faktorem pro zaměstnance. Shodují se na tom v anketě dvě třetiny tuzemských manažerů, finalistů soutěže MANAŽER ROKU. Současné poukazují na to, že takový přístup by měl být výrazněji uplatňován ve státní a veřejné správě a v politice.

„Řada tuzemských manažerů je svou pracovitostí, poctivostí, společenským uznáním příkladem pro své pracovníky. Podle mých zkušeností je potřeba k lidem mít osobní přístup, mluvit s nimi, umět ocenit jejich práci a poděkovat jim. I tak se posiluje sounáležitost k firmě a motivují zaměstnanci,“ uvedl Jaroslav Hanák, prezident Svazu průmyslu a dopravy ČR. Svaz je společně s Konfederací zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR a Českou manažerskou asociací ČR spoluvyhlašovatelem uvedené soutěže.

Jak také vyplývá z šetření, na které odpověděla stovka manažerů – finalistů dřívějších ročníků soutěže Manažer roku, právě pochvala, podpořená třeba i jejím zveřejněním mezi ostatními zaměstnanci společnosti, a zdánlivě překvapivě i konkrétní osobní kritika, je silným motivačním faktorem. Motivuje rovněž důvěra zaměstnanců ve vlastní vedení firmy a prostor pro osobní iniciativu, tvůrčí přínos. Respondenti zmiňují také důležitost pestrosti práce a změny stereotypů. Motivační efekt má již zmíněná intenzita komunikace a její role v udržování týmového ducha. Jan Wiesner, prezident KZPS k tomu řekl: „Manažer nemotivuje své podřízené jen k řešení současných úkolů, ale i k přemýšlení z hlediska budoucnosti, vlastní práce podřízeného i společnosti jako celku. Dnes sice nemůžeme přesně říci, jak se věci budou vyvíjet, určité zákonitosti ale platí stále. Motivovat znamená i rozvíjet a podporovat mezilidské vztahy, vytvářet vazby mezi rodinami, podněcovat společné mimopracovní aktivity. Alespoň mně se to vždy vyplatilo.“



Jistě zajímavé zjištění je, že stabilní práci jako významný motivační faktor zmínila v šetření více než desetina dotázaných. Téměř všichni manažeři se shodli v potřebě zařadit do mixu motivace finanční stimuly formou prémie a bonusů, případně podílů na zisku (ty jsou ale uplatňovány zejména u vedoucích pracovníků). Obvykle jsou finanční bonusy výraznější u vedoucích pracovníků než u řadových zaměstnanců.

Velkou roli hrají kromě finančních rovněž nefinanční stimuly, i ty se vyskytovaly v odpovědích velké většiny (zhruba 90 %) dotázaných. Význam mají zejména klasické stimuly typu stravenek, kulturních a sportovních akcí, životního pojištění. Mezi velmi účinné stimuly patří rovněž možnost vzdělávání, ať již firemního, nebo mimofiremního (například vysokoškolského) s podílem firmy, a možnost kariérního růstu. Všichni manažeři se shodují na potřebě nastavit finanční stimuly tak, aby byly jasné, měřitelné, splnitelné (zaměstnanec musí mít možnost je ovlivnit) a spravedlivé při rozdělování.

Stimulační význam má i dostatečná průběžná informovanost zaměstnanců o výsledcích firmy i jejím výhledu – tuto položku zmínila zhruba polovina dotázaných. „Součástí motivace je i jasné a poctivé informování zaměstnanců manažery o budoucích rizicích ve vývoji firmy – když lidé znají rizika předem, lépe se s nimi vyrovnají a mají také pocit, že jsou pro firmu důležití, že s nimi firma při překonávání problémů počítá,“ naznačil Rostislav Dvořák, předseda Svazu českých a moravských výrobních družstev. Doplnil, že propracovanost motivačního systému je významným indikátorem ekonomického stavu společnosti. Firmy, které se ocitají v ekonomických problémech, začnou ořezávat motivační prvky mzdy, protože jim chybí prostředky na ně. Právě schopnost manažera motivovat své podřízené hraje v kritériích soutěže MANAŽER ROKU významnou roli. Další informace o soutěži naleznete na webové stránce www.manažerroku.cz.

(tz)

foto Shutterstock

inzerce



INTERNETOVÝ MARKETING

PPC kampaně

sociální sítě

optimalizace pro vyhledávače

zpracování internetových stránek na klíč

správa webových prezentací

grafické práce / vizuální identita

www.mediaknow.cz



VODOROVNÉ FRÉZOVACÍ A VYVRTÁVACÍ STROJE OBRÁBĚCÍ CENTRA

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.cz, www.tosvarnsdorf.eu



WRD 130/150 (Q)



WHN(Q) 13/15 CNC



Největší český výrobce obráběcích strojů loni oslavil 110 let. 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 pestrnou nabídkou služeb.

Více na

www.tosvarnsdorf.cz

WHtec 130



ZVOLTE SI ŘEŠENÍ