

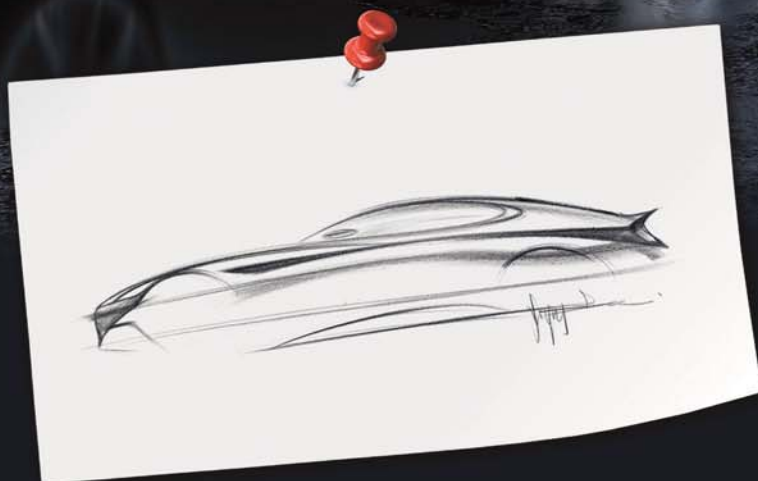
březen 2019

fresh[®] TIME

PROSPERITA

Osobnosti tohoto vydání:

Jan Pohorský
Jiří Švestka st.
Jiří Švestka ml.
Richard Schneider
Vojtěch Havránek
Stanislav Petříček
Miloslav Janeček



Jan Pohorský
Značka Hyundai nabízí
budoucnost již dnes

rozhovor na stranách 2–3

Značka Hyundai nabízí budoucnost již dnes

Asi žádná jiná světová automobilová značka se nemůže pyšnit tolika oceněními za jediný rok jako Hyundai za ten loňský. O málokteré značce je tolik slyšet jako o této ve spojitosti s čistou mobilitou, udržitelností, ekologií, bezpečností, s benefity, jež přesahují vize budoucnosti. V České republice si Hyundai získal srdce motoristů již dávno. Nejen svými přednostmi technickými a technologickými, ale rovněž designem, praktičností a pohodou za volantem, již nabízí každý model. O tom všem také Mgr. Jan Pohorský, specialista komunikace společnosti Hyundai Motor Czech, s.r.o.:



Rok 2018 byl pro značku Hyundai víc než úspěšný. V čem především?

Ano, to je pravda. Značka Hyundai zářila opravdu po celý rok. Představili jsme sedm nových modelů a obdrželi více než padesát prestižních ocenění v celé Evropě, kde celá řada ocenění patřila vozům vyráběných v Nošovicích, tedy zejména modelové řadě i30. Vyčínali jsme ale také jako výrobce, protože jsme byli oceněni jako Výrobce roku či Nejinnovativnější značka roku apod. Když se podíváme na celkový počet ocenění detailněji, zjis-

tíme, že jde prakticky o jedno ocenění za každý týden v roce!

Je to až neuvěřitelné. Zač jste jednotlivé body získali a čeho si vážíte nejvíce?

Ocenění přicházela prakticky z každého odvětví, na které si v rámci automobilového průmyslu můžeme vzpomenout. Řada se jich týkala samozřejmě produktů značky, např. jsme získali 14 ocenění pro modely i30, které se vyrábějí v Nošovicích, takže kvalitní práce „zlatých českých ručiček“ se opět potvrdila. Ale

také v rámci designu, bezpečnosti, inovativních řešení a kvality výrobních závodů značky.

Bodujete novými technologiemi, ať už se týkají dopadu na životní prostředí, nebo bezpečnosti jízdy. Kterými z nich jste si získali srdce široké veřejnosti?

Odpověď u této otázky je složitější, protože v této kategorii je na výběr více vozů. Zmínil bych ale určitě model KONA Electric, tedy první kompaktní SUV elektromobil, který kombinuje špičkový dojezd na jedno nabití 449 km a zároveň komfort SUV. Tento model sklízí od svého vstupu na trh řadu ocenění a ovace veřejnosti. V rámci České republiky jde například o Zelené auto roku 2018. Velký rozruch jsme zaznamenali také s již druhou generací vodíkového elektromobilu s názvem NEXO, který prostřednictvím nezávislých testů bezpečnosti Euro NCAP získal nejvyšší počet hodnocení a stal se nejbezpečnějším velkým SUV na trhu, čímž rovněž dokázal bezpečnost vodíkové technologie. Tento vůz zvládl také 190 km autonomní jízdy úrovně 4, vzduch, který z NEXA vychází, je dokonce ještě čistší než ten, který nasává, a nabízí dojezd 666 km na jedno naplnění, takže opravdu je co obdivovat. Rád bych také zmínil další vůz vyrábějící se v Nošovicích, a sice SUV Tucson, který je nejprodávanějším SUV značky v Evropě a který jsme v minulém roce začali nabízet také v hybridním provedení s technologií MHEV 48 V. Jde tak o první hybridní vůz, který se vyrábí v České republice.

A jaké inovace ostře vnímají ti nejnáročnější zákazníci například z řad podnikatelů či manažerů?

V rámci podnikatelské sféry je ve stručnosti velký důraz kladen na prostornost a spotřebu vozů, kde máme silnou nabídku manažerských, SUV, ale také LUV vozů, které tyto požadavky splňují. Rovněž máme opravdu široké portfolio asistenčních systémů, které pomáhají při každodenní jízdě. Zajímavým asistentem pro delší cesty je např. DAW (Driver Attention Warning), který slouží pro rozpoznávání únavy řidiče a v případě potřeby vás upozorní, abyste si na chvíli zastavili a od řízení odpočali. Z mého pohledu je rovněž velice přínosný asistent BSD (Blind Spot Detection), který sleduje mrtvý úhel, a předchází tak častým srážkám. V rámci inovací jsme v loňském roce na trh uvedli s novým Santa Fe také systém ROA (Rear Occupant Alert), který detekuje přítomnost cestujících, zvířat a ostatních objektů v zadní části interiéru



Více než **50** ocenění za **12** měsíců



a upozorní na ně řidiče při vystupování z vozu, pokud nedojde k otevření zadních dveří. Za tuto smart inovaci v minulém roce udělila prestižní anketa AUTOBEST značce Hyundai ocenění SAFETYBEST, jelikož průkopnický asistent ROA nabízí „potenciál pro záchranu životů“.

Čistá mobilita není jen sen nebo vize, ale směr, kterým jste násobně předčili konkurenci. Letos budete na trh uvádět nové modely IONIQ. Ale – kdy spatřily první modely IONIQ vlastně světlo světa?

Čistá mobilita je pro značku Hyundai dlouhodobý cíl, který si stanovila již před lety a jehož

reálné výsledky můžeme pozorovat už dnes. V roce 2016 Hyundai uvedl na trh modelovou řadu IONIQ, která jako vůbec první na světě poskytla v jedné karosářské variantě výběr všech důležitých elektrifikovaných pohonů a která se s více než 60 000 prodanými vozy od jejího uvedení na trh stala důležitým pilířem modelové palety značky Hyundai. Ve druhé polovině letošního roku se pak můžeme těšit na další generaci revoluční modelové řady IONIQ, která bude mimo jiné jako první na světě nabízet „režim jízdy v zelené zóně“ (GDM: Green-zone Drive Mode), jenž bude ve větší míře využívat elektromotor namísto spalovacího motoru.

Máte nejširší nabídku elektrifikovaných pohonů na evropském trhu. Nač se může letos těšit český fanda?

Pro značku Hyundai je špičková připravenost příznačná, což platí také s ohledem na mobilitu budoucnosti, kterou značka prakticky nabízí už dnes. Nejde však jen pouze o elektrifikované pohony.

V loňském roce, kdy se přecházelo na nové emisní normy, jsme nemuseli rušit nebo vyřazovat jakékoliv vozy nebo motorizace, ale naopak jsme svou nabídku ještě rozšířili. V současné době rovněž všechny osobní modely se spalovacím pohonem značky Hyundai již splňují emisní normy Euro 6d Temp, která přijde v platnost až v září.

V letošním roce bude značka ve své cestě směrem k mobilitě budoucnosti pokračovat. Můžeme se těšit např. na novou generaci revoluční modelové řady IONIQ, která bude mimo jiné jako první na světě nabízet „režim jízdy v zelené zóně“, jak jsem již zmínil výše, a ve větší míře bude využívat elektromotor namísto spalovacího motoru. Dále bych uvedl hybridní verzi KONA (HEV) či i30 kombi (HEV 48 V).

Patříte k mladší generaci motoristů. Jaké drobnosti vám zpřijemňují chvíle za volantem vozů značky Hyundai? Co máte rád?

Osobně jsem podlehl u vozů Hyundai jak komfortu, tak pohodlí. Moji oblíbenci jsou v této kategorii např. Tucson či Santa Fe, Nepopsatelnou zábavu mi přinášejí sportovní vozy divize N, které milovníkům rychlejší jízdy s každým sešlápnutím plynu vykouzlí úsměv na tváři. Doslova.

Rovněž ale obdivuji pokročilé asistenční systémy, které řízení znatelně usnadňují, a velmi se mi líbí odpovědný směr značky, kterým se ubírá. Je velice potěšující pracovat pod křídly inovativního lídra a sledovat všechny ty dynamické změny, které přicházejí, a testovat je na vlastní kůži.

ptala se Eva Brixí ■■■



KONA Electric je automobil, který si získal srdce řady zákazníků



NEXO představuje budoucnost už nyní

Generační výměna v hotelu je téma, které chutná

V Čechách patří k nejznámějším hotelům. V Krkonoších k těm, který vytváří zejména v zimní sezoně kolorit emocí, jinými slovy chuť se sem vrátit a prožít si tady prima dovolenou. Hotel Horizont je místem, které nabízí rodinám s dětmi prvotřídní čtyřhvězdičkový komfort, vlnidné prostředí a nespočet možností, jak příjemně prožít pár dnů radosti. Oblíbeným prostředím je rovněž pro firmy, které zde pořádají konference, semináře, nejruznější setkání a prezentace. Patří společnosti Regata Čechy, a.s. K základním předpokladům toho, aby se v hotelovém prostředí člověk cítil dobře, je vytříbená kuchyně. A tu Horizont má. Základy k ní položil tamní šéfkuchař Jiří Švestka. To bylo před čtvrtstoletím. V současné době na jeho zkušenosti navazuje syn Jiří Švestka. Generační výměnu zde zvládli. Hostům bude stále chutnat.



Jiří Švestka otec a Jiří Švestka syn



Manažer s vařečkou

Jméno Jiřího Švestky staršího patřilo, dalo by se říci, k hotelu Horizont v jeho novodobé historii skoro od nepaměti. Štamgasti sem jezdili a jezdí s naprostou samozřejmostí, protože vědí, že se tu pomějí. Významná charakteristika hotelu: kuchyně, jak má být. Není divu, že z běžných občasných návštěvníků se stali věrní klienti a do Horizontu jezdí rok co rok, ať už v létě, či v zimě. Dostávají zde komfort, včetně jídelničky, který je prvotřídní referencí i milou vzpomínkou.



Jiří Švestka se však loni rozhodl pro zásadní změnu. Zkusí si užívat dnů volna, odpočinku a sem tam nicnedělní. To, nač má už nárok. Ostatně pokračovatele vychoval i našel. Je to je-

ho syn Jiří. Ne každý šéf má to štěstí, že získá nástupce. Generační výměna je nelehké téma, a často nedá člověku spát. Ať už jde o čest řemesla, nebo svěřený majetek. Rodiče vždy doufají, že se podaří zázrak. Některým se sen plní. Jiří Švestka je jedním z nich:

Jste profesí kuchař, nebo jste k vařečce přišel oklikou?

Ano, jsem profesí kuchař.

Vaří se dnes jinak než před 40 lety? Anebo se k tomu, co bývalo zvykem tehdy, dnes už zase vracíme? K surovinám, regionálním receptům, postupům, čerstvosti?

Určitě se dnes vaří jinak, neboť se používají nová zařízení, která urychlují přípravu jídel, mění se postupy hlavně u regionální kuchyně.

V roli šéfkuchaře jste v Horizontu strávil necelé čtvrtstoletí. To není málo. Čím se právě tento hotel zapsal do vašeho srdce?

To by bylo na dlouhé povídání, ale řeknu to krátce, nebýt férového a lidského přístupu majitelů, kterých si za to moc vážím, a vedení hotelu, tak bych tu asi tak dlouho nevydržel. Za to, že jsem v Horizontu mohl tak dlouho vařit, vděčím i své manželce, která to se mnou neměla vůbec jednoduché, býval jsem velmi málo doma, mým druhým domovem se totiž stal hotel.

Museli jste nejen dohlížet na kuchyni, ale také řídit svůj tým. Být manažerem v zástře. Co na kuchaře platí? Laskavost, kamarádský přístup, anebo tvrdá disciplína? Jak jste dosáhl toho, aby „to“ všechno klapalo?

Kuchařina, je hodně zodpovědná práce, a k tomu je potřeba mít dobrý tým, je to o férovém jednání s podřízenými pracovníky a opačně. Šéf musí být přísný, ale i lidský a vždy s personálem jednat na rovinu, je to i o kamarádství, laskavosti, ale také o té disciplíně.

Jaký vztah máte k české kuchyni? Čím je zajímavá? A je opravdu tak těžká pro naše zažívání, jak se tvrdí?

Já osobně mám rád českou kuchyni, je hodně rozmanitá a má velké možnosti ve využití su-

rovin. A hlavně, v dnešní době, při používání moderních postupů přípravy, se dá dělat pro naše zažívání lehčí, pestřejší a zdravější.

Hotel Horizont patří k těm, kde je jídelniček vyhlášený. Čím jste ho obohatil vy?

O tom by se dalo taktéž dlouho vyprávět, ale ze všeho bych dnes vyzvedl asi to, že jsem začal hodně využívat čerstvých surovin, přidal lehká jídla, zdravou výživu a v neposlední řadě i jídla bez lepku, bez laktózy, více zeleninových dobrot atd.

Loni na podzim jste se rozhodl užívat si zaslouženého odpočinku. Nestýská se vám? Po kamarádech, po nečekaných situacích, po průšvících či pochvalách hostů?

Věřte, že to není jednoduché, když je člověk celý svůj život ve stresu a najednou je všechno jinak, ale jak se říká, každý by si měl taky uvědomit, že v tom nejlepším by měl přestat. Hodně se všechno podepisuje i na zdraví, a to by si měl člověk aspoň na stáří trochu chránit.

Vztah k vaření zdědil váš syn a nyní přebírá velení v Horizontu on. Ani pro něj není asi generační výměna jednoduchou záležitostí. Varoval jste ho, nač si má dávat pozor zejména?

Určitě, nebude to mít jednoduché, ale věřím, že se bude snažit, aby se všeho zhostil dobře, a že si vytvoří kolektiv tak, aby byli všichni spokojeni. Určitě jsem mu říkal, na co si dát pozor a čeho se vyvarovat, ale všechno bude záležet jenom na něm. K tomu mu přeji všechno dobré, ale hlavně pevné nervy a zdraví. A samozřejmě počítám, že i nadále zůstaneme v kontaktu nejen jako rodina, ale i jako kolegové v oboru.



Českou kuchyni mám rád

Pozorovat kuchaře profiky je adrenalin. Dokážou koncertovat s nástroji, hlavně s noži, a to stojí za obdiv. To nikdo jiný nenapodobí. Připadají mi jako žongléři, kteří se nesmí splést. Jako mistři v plánování prostoru a času. Umět si to v kuchyni dobře zorganizovat, rozvrhnout, promyslet do detailů, to je podle mne nejen o systematickosti, ale také o zvládnutí improvizace a umění zasáhnout v předstihu tam, kde to bude za pár okamžiků nutné. V roli šéfkuchaře bych určitě neobstála.

O potřebě stravovat se zdravě slyšíme denně. Fandíte novým trendům?

Mně nové trendy nevdají, naopak, zajímám se o ně. Na jídelníčku v naší restauraci, i při bufetových snídaních a večeřích, máme již dlouho zařazena například bezlepková jídla.

Váš recept na to, aby si host pochutnal?

Nevím, jestli je to recept, ale pokud budeme dělat svoji práci poctivě, a hlavně rádi, tak bude host spokojený.

Nač byste se v proslulém krkonošském hotelu rád specializoval?

Neřekl bych specializoval, ale chtěl bych obohatit jídelníček o více lokálních potravin a regionálních jídel, avšak právě v modernější podobě. A samozřejmě chci, aby můj tým dokázal dlouhodobě odvádět kvalitní práci a naši hosté byli spokojeni.

Co nového byste chtěl do současných zvyklostí zavést? Abyste si s týmem rozuměl, aby byla pohoda v práci a návštěvníci vždy příjemně překvapeni?

Nemyslím si, že je potřeba zavádět něco nového, abych si s týmem rozuměl, je to o vzájemném respektu a na druhé straně o disciplíně. Snažím se s kolegy hodně komunikovat, poslouchat jejich názory, zapojovat je do tvorby jídelních a nabídkových lístků. Myslím si, že díky tomu vznikají zajímavá a chutná jídla, a zároveň se posiluje naše soudržnost.

připravila Eva Brix
foto archiv Regata Čechy, a.s.



Být manažerem takového zázemí, jako je vše, co souvisí se stravováním v proslulém hotelu Horizont v Peci pod Sněžkou, s sebou však nese nejen zodpovědnost, ale i prostor pro

uplatnění fantazie, příležitost experimentovat, vést hosty po stopě novinek, jež žaludku potrpením civilizačními neduhy jen prospějí. Žezlo šéfkuchaře nedávno převzal od svého otce Jiřího Švestky jeho syn, Jiří Švestka mladší. Pan otec byl a ještě dlouho bude ikonou v oboru, hotelu dal kus svého srdce i praktických zkušeností. Za dobrým jídlem sem mnozí návštěvníci celé roky přijížděli cíleně, ať to již byli zastupci firem, nebo rodiny s dětmi, které tu trávily prázdniny na sněhu či podzimními vycházkami. Jiří Švestka starší věří, že tomu bude i nadále. Jeho nástupce jsem se zeptala:

Myslíte si, že i zkušenosti kozáci se mohou od mladších profiků něco naučit?

Určitě ano, gastronomie se neustále vyvíjí a myslím, že nikdo nemůže říct, že už všechno umí.

Jaký je váš názor na českou kuchyni? Je zdravá, chutná, atraktivní pro cizince?

Já mám českou kuchyni rád a nemyslím si, že by byla nezdravá, obzvlášť v dnešní době, kdy máme spoustu nových technologií a pokrmy se mohou připravit zdravěji. Nedokážu přesně říct, jak moc je pro cizince česká kuchyně atraktivní, ale podle reakcí hostů, kteří se v našem hotelu stravují, jim určitě chutná.

A vaříte česká jídla rád? Dá se na nich ještě něco zdokonalit?

Jak jsem již říkal v předchozí odpovědi, českou kuchyni rád mám a samozřejmě ji i rád vařím. Nevím, jestli zdokonalit je správné slovo, ale něco dělat trochu jinak určitě jde. Třeba použít novou sous vide technologii při přípravě klasické svíčkové na smetaně.

Cukrařina z Čech a Moravy je podle mne nepřekonatelná. Jakými specialitkami je zastoupená v Horizontu?

Máme tady skvělou cukrářku, která pro naše hosty pečie například klasické moravské koláče, báječný domácí borůvkový koláč, a samozřejmě i spoustu různých zákusků a dortů, které si naši hosté mohou objednat speciálně třeba i k narozeninám nebo jiným příležitostem.

Pro firmu teambuilding ve vlaku

Tradiční teambuildingové akce již netáhnou. Zaměstnanci nechtějí trávit společné chvíle pouze při grilování na terase či zahradě firmy, na vánočním večírku či někde v přírodě. S kolegy chtějí zažít akci mimo pracovní prostředí, a to hlavně na netradičních místech a s plným servisem.

Již léta jsou tak po klasických teambuildingových akcích trendem únikové hry. Tento způsob utužení firemního kolektivu skýtá řadu výhod a jsou navrženy jak pro velké, tak malé kolektivy. Zahrát si je může jak celá firma, tak třeba jen lidé z jednoho oddělení. V kurzu jsou nyní ty připravované na míru, a především konající se na netradičních místech, chybět nesmí živí herci. I proto agentura Promoteri.eu přišla s první a jedinou týmovou únikovou hrou v ČR odehrávající se v rozjetém vlaku. Ta efektivně podporuje týmového ducha a představuje netradiční privátní teambuilding, o kterém se ve firmě bude ještě dlouho mluvit.

„Zapomeňte na všechny klasické firemní akce, co jste až doteď zažili. Tohle je o něčem jiném. O luxusu, zábavě, adrenalinu a strachu. Pod naší střechou jsme vymysleli, naplánovali a produkovali s The Chamber, specialisty na únikové hry, do nejmenšího detailu vytvořili dokonalou, dechberoucí únikovku pro celou firmu,“ řekl Vít Krčmář, jednatel agentury Promoteri.eu. Účastníci během 24 hodin zažijí v jedoucím vlaku neopakovatelný zážitek. Vžijí se do role zvláštního agenta ve vládním vlaku, který směřuje na jednu z typických jízd vezoucích delegaci do zahraničí.

Tento vlak nikde nestaví, na agentech je však zastavit v soupravě ukrytou a tikající biologicko-



kou zbraň. S kolegy lze na plno zažít tajemný příběh plný zvratů. „V rámci hry přijde řada na řešení různých úkolů a interaktivních hádanek. Součástí akce je hned šest herců pomáhajících utvářet jedinečnou atmosféru, a když k tomu přidáte to, že vše se odehrává v unikátních prostorech speciálně připravené vlakové soupravy, složené z osmi vozů, a každý z nich hraje významnou roli, máte tu akci, která zde ještě nebyla,“ dodal Vít Krčmář.

Tahle party navíc jede až do rána a není pouze o únikové hře. Vlak nabízí veškeré pohodlí, luxus a doprovodný program po celou dobu jízdy! Pro spáče nechybí pohodlné lůžkové vozy – i to pro účastníky může být zážitek.

A protože hlad neprospívá misi, tak v jídelních vozech je k dispozici neomezený catering, složený z odpoledního a večerního rautu, snídaně z lokálních surovin, delikátního oběda, včetně pitného režimu v podobě nealka, kubánských rumů, vín a dalších ostřejších nápojů. V soupravě je řazen i vůz napěchovaný zábavou s dýdžejem. Aby okamžiky byly za-

chyceny navždy, k dispozici je originální 3D fotokoutek, fotograf, a připraven bude i profesionální videozáznam, včetně záběrů z dronu. „Chybět samozřejmě nemohou ani krásné hostesky a dárek na rozloučenou. Navíc branding vlaku na přání se postará o to, aby na své cestě vzbudil pozornost a mluvílo se o něm,“ komentoval Vít Krčmář.

Zatímco klasické týmové hry jsou většinou koncipované pro několik hráčů, jedoucí vlak je připraven pro opravdu početnou skupinu. Proto splňuje požadavky středních a velkých firem – na palubě vlaku může být až sto osob. Jedno firemní oddělení se bude věnovat únikové hře a další užívat luxusu paluby vlaku. Všichni přitom budou v jedoucí soupravě, a to skýtá možnost zažít firmu nejen jinak, ale mít i dostatek času vyměnit si názory s kolegy, kteří se ve firmě běžně nepotkávají nebo se jen maximálně zdraví.

Více informací, včetně prezentace únikové hry, najdete na www.promoteri.eu/blog/jedinecny-zazitek-unikova-hra-v-rozjetem-vlak. (tz)

INZERCE

BEZPEČNÁ KOLA PRO RADOST

BLACK & SILVER

NOVINKA

AEZ Panama dark 19" – 21"

NOVINKA

AEZ Panama high gloss 19" – 21"

NOVINKA

DOTZ Misano dark 17" – 20"

NOVINKA

DOTZ Misano grey 17" – 20"

Sicu plus

Bezpečnostní šrouby/matice

ZDARMA!

K sadě kol AEZ a DOTZ

Akce platí od 11. 3. do 17. 5. 2019.

3D Konfigurator kol

www.alcar.cz

AEZ

LEICHTMETALLRÄDER

DOTZ

TUNING WHEELS

DEZENT

LEICHTMETALLRÄDER

ALCAR

YOUR WHEEL PARTNER

Tradice, luxus, značka nebo inovace jako směr exportu do Japonska



Richard Schneider

Japonsko je pro české exportéry zemí, která se nedobývá snadno. Přesto, že pro Japonce představuje Česká republika destinaci s krásnou architekturou, pozoruhodným vztahem k umění hudebnímu či výtvarnému. Japonci nás znají, ale to neznamená, že uspět na zdejším trhu lze snadněji než bez zmíněných benefitů. Japonsko je třetí největší ekonomikou a jedním z hegemonů světového obchodu. Jde o ekonomicky a politicky stabilní, bezpečnou zemi s fungujícím právním systémem a obchodními zvyklostmi. Je charakteristická vysoce rozvinutým, velmi konkurenčním a zároveň velkým vnitřním trhem s ohromnou kupní silou obyvatel. V souvislosti s uzavřením obchodní dohody EPA v roce 2019 lze očekávat zintenzivnění obchodních vztahů mezi Japonskem a unijními státy. Na téma, které je přitažlivé pro ty, kdož se zajímají o navázání vztahů s japonským businesssem, jsem hovořila s Richardem Schneiderem, ředitelem kanceláře CzechTrade a CzechInvest v Tokiu:

České firmy a Japonsko. Jaký je to vztah?

Jako je japonská ekonomika výrazně větší a vyspělejší, tak i statistika ekonomické aktivity ukazuje hodnoty výrazně ve prospěch japonských investorů a exportérů. Aktuálně působí v ČR asi 260 japonských firem, z toho více než stovka výrobních. V Japonsku má oproti tomu své zastoupení jen zlomek českých společností, a ještě mnohem méně jich zde vyrábí.

Kolik subjektů do této země z České republiky vyvážá a co především?

Řada firem dováží do Japonska prostřednictvím importérů nebo trading společností. Své zastoupení zde má řádově pár desítek firem. Nejčastěji jde o software, potraviny a nápoje, různé stroje pro energetiku, komponenty pro obráběcí a tvářecí stroje, ale také sklo, šperky či hudební nástroje.

Jaké podniky mají šanci se na japonském trhu uplatnit? Jsou to technologicky vyspělé a zavedené firmy, orientované například na automobilový průmysl nebo výrobu léčiv, ty, co nabízejí novinky v nanotechnologiích?

Ano, tito i další. Firma musí nabízet buďto něco inovativního, zde se daří především českým softwarovým firmám, nebo nějakou známou značku, tradiční výrobek či luxusní zboží. V ostatních případech je potřeba mnoho zdrojů na marketing, který je ochotno pro japonský trh uvolnit jen málo českých firem.

Naznačil jste, že je šance uspět i s potravinami...

Potraviny jsou jeden z nejčastějších exportních produktů. Úspěšnost firem je však různá. Opět platí, že japonský trh je náročný, je potřeba mu věnovat čas, úsilí i finanční prostředky.

Co je potřeba splnit, aby se s majitelem české firmy osobně potkal majitel firmy japonské?

Záleží na velikosti firmy. Velké i středně velké společnosti jsou akciové holdingy s velkým množstvím akcionářů nebo jsou to státní podniky. Jen výjimečně jde o podniky rodinné. V obou případech je osobní setkání s majitelem firmy téměř nereálné, v prvním případě z technických důvodů, v druhém případě by musela být česká firma velmi významným klientem a musela by na toto setkání vytvářet



tlak. U malých firem, jejichž majitel je součástí vedení společnosti, je setkání možné domluvit, záleží na angažovanosti majitele do řízení firmy, na jeho jazykové vybavenosti, firemních zvyklostech a podobně.

Podnikají v Japonsku také ženy? Nebo spíše působí ve firmách jako manažerky?

Ani jedno, ani druhé. Jedním z pilířů ekonomických reforem premiéra Abeho je i větší zapojení žen do ekonomického života, ale zatím se to daří jen částečně. Japonská společnost i pracovní prostředí jsou stále ještě silně genderově nevyrovnané. Zaměstnanost žen sice vykazuje rekordní úroveň okolo 70 % ekonomicky aktivní části populace, ale podle nedávných průzkumů tvoří ženy jen 7,8 % zaměstnanců v největších korporacích, což je nárůst pouze o 2,3 procentního bodu za posledních 20 let. Mezi manažery je tento podíl ještě nižší, tvoří okolo 5 %. Co se podnikání týče, obecně platí, že zde není tak vysoká míra pod-

nikavosti. Japonsko není tradiční zemí startupů či venture capitalists. To vše se teprve postupně vytváří. Japonci také vykazují větší averzi k riziku, společnostmi jsou tlačeni k hledání stabilního zaměstnání ve velkých korporacích. U žen navíc platí, že většinu z nich vyhovuje jejich tradiční zapojení do společnosti, kde se od nich nevyžaduje nějaká významná kariéra, a už vůbec ne vlastní podnikání.

Je při vývozu bezpodmínečně nutná asistence státu?

Pokud myslíte asistenci českého státu při exportu do Japonska, tak není, ale určitě může pomoci. Podpora od ambasády nebo vládní agentury může při prvním kontaktování vzbuzovat větší důvěru. Neplatí to ale u všech firem a odvětví.

Čím Japonce nikdy neurazíte?

Dárkem, pozváním na večeři. Japonci jsou nadšenými dárci a vděčnými obdarovanými, byť by mělo jít jen o malou pozornost. Důležitý je vkusný a nápaditý obal, přičemž velkou odezvu bude mít vaše vyprávění o původu darované věci či malý příběh s ní spojený. V japonských velkoměstech narazíte na celé velké obchodní domy, kde se neprodává nic jiného než dárky. A určitě mezi nimi objevíte i známé předměty původem z naší země. Pokud přijmete pozvání na večeři, je žádoucí při vhodné příležitosti je opětovat.

Liší se mentalita starší a mladší generace? Jinými slovy: jaký je Japonec businessman šedesátník a jaký ten pětatřicetiletý?

Hodně záleží na tom, v jakém prostředí se ten člověk pohybuje, kde vyrůstal, jestli má zkušenosti se zahraničím. Mladý člověk bez rozhledu může být stejně konzervativní jako generace jeho rodičů a naopak.

Hodnotíte loňský rok jako úspěšný pro vaši kancelář? Co se podařilo udělat pro české podnikatele?

Tokijská kancelář pořádá každoročně několik veletrhů, kde mají české firmy možnost

zdarma se prezentovat, vedle toho každý rok pořádáme vždy alespoň jednu technologickou misi. Loni jsme české firmy podpořili národním stánkem na veletrzích Nano tech, Tokyo Game Show a Japan Aerospace, vedle toho se konala také mise českých firem, univerzit a výzkumných institucí zaměřená na fotoniku.

ptala se Eva Brixi

Aktuálně působí v ČR asi 260 japonských firem, z toho více než stovka výrobních. V Japonsku má oproti tomu své zastoupení jen zlomek českých společností, a ještě mnohem méně jich zde vyrábí.



Zapomenutá revoluce automobilového průmyslu

Špičkoví odborníci, finanční investice a velké ambice stojí za nově vzniklým výzkumným centrem s názvem Smart Driving Solutions při katedře řídicí techniky Fakulty elektrotechnické ČVUT. Tým třinácti vědců pod vedením Tomáše Haniše si bere za cíl změnit zaběhlé uvažování a připravit půdu pro novou technologii aktivního dynamického řízení aut, jejíž obdoba se již delší dobu používá u letadel.

Vědci z katedry řídicí techniky FEL ČVUT se dlouhodobě zaměřují na dosud neprosazený koncept řízení aut zvaný drive by wire, při němž řidič neovládá kola či motor vozu přímo, ale prostřednictvím elektronické řídicí jednotky, která má plnou kontrolu nad podvozkem. Jde o technologickou revoluci, kterou již prošel letecký průmysl (tzv. fly by wire systémy jsou u dopravních letadel běžné a u stíhaček nezbytné), v automobilovém průmyslu však na ni kvůli konzervativnímu přístupu automobilů ještě nedošlo. To se nyní pokusí změnit nové centrum Smart Driving Solutions, v jehož čele stojí Ing. Tomáš Haniš, Ph.D., výzkumník a vývojář, který přišel na ČVUT se

zkušenostmi z firem Porsche Engineering Services a Rolls-Royce (divize aerospace).

Motivací pro vznik výzkumného centra byla situace v současném automobilovém průmyslu. Zatímco konstruktéři podvozků postupně přidávají do aut systémy typu ABS, ESP, ASR a další, z druhé strany automobilky investují nemalé peníze do vývoje plně autonomního řízení. „Všimáme si, že tyto dvě skupiny vývojářů žijí takříkajíc v odlišných světech,“ řekl Tomáš Haniš. „Ještě se tu totiž neuskutečnila ta revoluce, na kterou se v automobilovém průmyslu, na rozdíl od letectví, zapomnělo. Než začnete stavět autonomní „mozek“ auta, potřebujete mít plnou elektronickou kontrolu nad jízdní dynamikou vozu a toho dosáhnete právě úplným přechodem na řízení drive by wire. Po 130 letech od vynálezu auta už není důvod, proč by řidič měl stále ovládat kola, brzdy a motor přímo.“

Centrum Smart Driving Solutions sídlí v budově Fakulty elektrotechnické ČVUT na Karlově náměstí a tvoří ho mezinárodní skupina 13 vědeckých pracovníků, kteří se věnují modelování a simulaci, návrhům řídicích systémů a v neposlední řadě experimentální validaci a verifikaci výsledků. Rozpočet pro rok 2019 počítá s alokací 8,5 milionů Kč určených pře-



vážně na personální výdaje, centrum se dále chystá navazovat partnerství s významnými komerčními partnery v oblasti automobilového a leteckého průmyslu a usilovat o grantovou podporu z veřejných zdrojů ČR a EU. „Jsem rád, že máme další významné výzkumné téma. Začínáme skromně, ale cíle máme veliké. Jako vždy se snažíme dívat se na problémy úplně jinak než ostatní. Do řízení aut chceme přinést zcela nový přístup založený na našich zkušenostech a úspěších z výzkumu automatického řízení v letectví,“ komentoval prof. Michael Šebek, vedoucí katedry řídicí techniky na Fakultě elektrotechnické ČVUT. (tz)

Pro váš volný čas novinka v sortimentu PROFI ODĚVY: kolekce Red Bull Racing Formula One Team

Prodejní síť PROFI ODĚVY se zaměřuje zejména na pracovní oděvy, ale nabídne také možnosti, jak se vkusně obléknout pro volný čas i pro sport. Právě v této souvislosti byla do sortimentu uvedena nová značka, která je určena pro volnočasové a neformální aktivity. Kousky, které na sobě nesou logo Red Bull Racing Formula One Team jsou inspirované stejnojmenným týmem Formule 1.

„Máme rádi silné značky, které si stojí za svou kvalitou. A Red Bull Racing Formula One Team přesně takovou značkou je. Mnoho našich zákazníků, kteří si k nám chodí vybírat pracovní oblečení, motoristickým sportem žije. Formule 1 je jejich srdeční záležitostí. Přichystali jsme pro ně novou část sortimentu, která je potěší,“ uvedla Ing. Jana Erbová, jednatelka společnosti AC-T Servis, která prodejní síť PROFI ODĚVY provozuje. Na oděvní kolekci se podílel světoznámý výrobce oblečení pro sport a volný čas Puma. Red Bull Racing Formula One Team si ji vybral proto, že má jedinečné know-how a po deseti letech patří ke špičce ve svém segmentu. Reprezentuje kvalitu a inovace. To se odráží na výběru stříhů, zpracování a vývoji materiálů.

V této oděvní kolekci renomované závodní stáje Formule 1 najdete kousky pro dámy i pány. Od triček, přes mikiny, bundy až po doplňky v podobě čepic, tašek a batohů. Sortiment je velmi rozmanitý a zahrnuje několik designových perliček, které podtrhnou styl i těch nejnáročnějších zákazníků a zákaznic. „Na této oděvní spolupráci dvou světoznámých značek se nám velmi líbí designové pro-

vedení, které vychází z tradice závodního týmu a zároveň odráží současné trendy. Trička, bundy, mikiny i další oblečení se dají výborně kombinovat,“ dodala Jana Erbová. PROFI ODĚVY je značka zabývající se především prodejem vysoce kvalitního pracovního oblečení, obuvi a náradí určeného řemeslníkům a profesionálům z nejrůznějších oborů, ale myslí také na ty, kteří si aktivně užívají volný čas. Provozuje e-shop a čtyři kamenné prodejny. Je výhradním dovozcem a distributorem světových značek Snickers Workwear a Dunderdon (oděvy), Toe Guard a Solid Gear (obuv) či Hultafors (náradí) pro Českou i Slovenskou republiku. V portfoliu PROFI ODĚVY jsou dále zařazeny značky Pfanner a Protos Integral (vybavení pro lesní práci a stromolezečství) a zcela nové volnočasová oděvní kolekce Red Bull Racing Formula One Team. Všechny výrobky v sortimentu se vyznačují vysokou přidanou hodnotou a kvalitou. Stojí za nimi precizní technologický vývoj, důraz na ergonomii a náročné testování přímo v rukou profesionálů. Perfektní funkčnost každého produktu je dolaďována promyšleným designem. Značka PROFI ODĚVY byla založena v roce 2006. V roce 2014 ji převzala ryze česká společnost AC-T servis, spol. s r. o., která ji na českém a slovenském trhu úspěšně rozvíjí. (tz)

www.profi-odevy.cz



www.freshtime.cz

Peugeot mění svůj slogan

Značka Peugeot se rozhodla zdůraznit nový významný milník své historie, kterým je od roku 2019 zavádění verzí vybavených elektromotory pro všechny modely. Proto přichází s novým sloganem: Motion & e-Motion.



Slogan Motion & e-Motion byl představen v roce 2010 k oslavě 200. výročí založení značky. Připomíná postoj značky Peugeot k novým výzvám automobilového odvětví a novým řešením mobility, jak z hlediska produktů, tak služeb. Nese v sobě onu alchymii mezi prací inženýrů a designérů, která značku charakterizuje již od roku 1810. Je vyjádřením myšlenky, že pro Peugeot jsou emoce za volantem vždy velmi důležité.

Připojení písmene „e“ jako „elektrický“ se zele-no-modrými dichroickými odlesky symbolizuje

je přechod k novým zdrojům energie. Podpis Motion & e-Motion se již objevil v komunikačních kampaních ke koncepčnímu vozu Peugeot e-Legend a technologii Plug-in Hybrid, která se na konci roku představila u vozů

Peugeot 3008, 508 a 508 SW. Po ženevském autosalonu 2019 se tento nový slogan začne používat ve všech zemích a ve všech materiálech značky.

Také velvyslanec značky Peugeot se mění, aby tento nový významný mezník v historii značky podpořil. Monumentální lev, jehož sochu vytvořili designéři studia Peugeot Design Lab u příležitosti oslav 160 let loga Peugeot, symbolizuje hrdost, sílu a excelentnost značky. Byl představen na stánku Peugeot na ženevském autosalonu v roce 2018. V roce 2019 lev ožívá díky hře zelených a modrých světél a odrazů na svém hladkém propracovaném povrchu. Značka vstupuje do epochy energetické transformace a elektrifikace jejího symbolu je toho dalším důkazem.

Peugeot se s tímto novým sloganem i po 208 letech historie dál vyvíjí: potěšení za volantem a emoce jsou pro ni klíčové i při moderním elektrifikovaném řízení.

(tz)

Stránky PrestavbyPeugeot.cz pomohou uzpůsobit užitkový vůz v ideál

V roce 2018 získal Peugeot v České republice podruhé v historii prvenství v prodeji aut kategorie lehkých užitkových vozů. Jedním z kroků, kterým značka hodlá svoji pozici na trhu upevnit, je spuštění stránek www.prestavbypeugeot.cz. Tento nový portál se má stát přehledným a užitečným pomocníkem firemních klientů.

V roce 2018 Peugeot v České republice obhájil pozici nejprodávanější značky lehkých užitkových vozů. V této kategorii dominoval model Peugeot Boxer, který byl loni čtvrtým rokem po sobě nejprodávanějším užitkovým vozem na českém trhu. Za tyto výsledky vděčí značka Peugeot ucelené nabídce produktů a nadstandardních služeb, na základě které dokáže vyhovět různorodým požadavkům firem a pod-

nikatelů mnoha profesí. Významnou roli přitom hraje široká škála možností přestaveb vozů na míru.

Přibližně každé šesté užitkové vozidlo v České republice projde před předáním finálnímu zákazníkovi procesem přestavby, vestavby či nástavby. Možností úprav je celá řada, stejně jako specializovaných firem, které se jimi zabývají. Proto značka Peugeot přináší firemním klientům ucelený přehled variant a současně efektivní nástroj, který pomůže uživateli zvolit a v krátké dodací lhůtě pořídit vůz vyhovující jejich požadavkům. Tímto nástrojem jsou internetové stránky www.prestavbypeugeot.cz. Jejich účelem je:

- představit komplexní nabídku přestaveb užitkových vozidel značky Peugeot,
- nabídnout klientovi možné varianty řešení přímo k jeho profesi,
- zjednodušit a zrychlit proces od poptávky po finální realizaci přestavěného vozu,

- urychlit komunikaci prodejce se zákazníkem,
- zajistit klientům odborné poradenství v oblasti přestaveb,
- informovat zákazníky o novinkách a nových trendech v úpravě vozidel.

Internetové stránky www.prestavbypeugeot.cz poskytují uživateli přehledný katalog přestaveb (valníkové a skříňové nástavby, chladičenské a mrazírenské vestavby, obytné vozy aj.), přehled skladových vozů s přestavbou (valníkové nástavby s plachtou, sklopné valníky) i vozů určených k dostavbě (šasi, plošina, furgon), seznam specializovaných firem provádějících přestavby, včetně technických parametrů, fotografií atd. Klient má na těchto stránkách možnost vytvořit poptávku na konkrétní vůz, která je pak přímo směřována na příslušného specializovaného koncesionáře značky Peugeot.

(tz)



Nejtěžší je přijmout změnu



Ing. Vojtěch Havránek

Proč jste založil kliniku s orientací na tradiční čínskou medicínu?

To by bylo vskutku dlouhé vyprávění. Zkrátka proto, že náhody neexistují. Stál jsem ve správnou chvíli, v pravý čas na správném místě se správnými lidmi a šel do toho. Klinika China Care je maličko mimo spektrum mých ostatních projektů, o to víc se díky ní učím nové věci a sbírám unikátní zkušenosti. V dnešní velmi uspěchané a přetechizované době máme v širším centru Prahy oázu klidu, příjemných procedur, služeb, a hlavně skvělých lidí s velkou odborností. Koncentrace pozitivních energií na metru čtverečním je u nás vskutku velmi příznivá a jsem velmi potěšen pokaždé, když otvírám dveře a vstupuji do jiného, klidnějšího světa.

Co vás čínská medicína naučila? A čemu odnaučila?

Naučila mě mnohé a stále učí! Vnímát svět trochu jinak. Po hledem 4000 let starého přístupu k lidskému zdraví, tělu a mysli. Čínská medicína je zaměřena na prevenci, zdravý životní styl. Čínští lékaři byli dříve placeni, když pacienty neměli – a tak získávali motivaci udržovat prevenci svoje pacientů zdravé. Je to trochu jiný přístup než dnešní lobby farmaceutických firem s heslem „pilulky na všechno“, včetně směřování lékařů k co největšímu předepisování léků. Přál bych tenhle jiný pohled všem lidem, protože z téhle filozofie, která se pyšní tradicí několik tisíc let, dýchá diametrálně odlišná atmosféra a snoubí se s velkou moudrostí. Naučila mě tahle filozofie moudru, které velmi rád používám vždy „S pokorou a láskou“. Naučil jsem se a stále se učím číst lidem z očí. Čínští terapeuti říkají velkou pravdu – oči jsou branou do duše. A to funguje i v business-



CHINA CARE
OPEN MIND • OPEN WAY

Ing. Vojtěch Havránek založil v Praze kliniku tradiční čínské medicíny a pojmenoval ji China Care s.r.o. Dal život projektu, který si brzy našel svou klientelu. Jsou to lidé, kteří se rozhodli spoléhat více na sebe, na svou vůli a odhodlání. Chtějí změnit svůj život tak, aby netrpěli nemocemi, cítili se svěží, radovali se a nenařikali. Aby poopravili svoji vlastní energii. Tlak doby, jak často pojmenováváme příčinu stresu, bez kterého už neumíme skoro žít, tlak technologií na nepřizpůsobivý lidský organizmus, tlak na výkon – to vše nás zahání do úzkých. Nevhodné stravování, nadbytek všeho, průšvihů z hojnosti, málo pohybu, blázninec. To vše kolem nás jako svěrací kazajka. Je třeba hledat cestu ven, vzít rozum do hrsti. Opravdu to jde. Jednou z možností, která může pomoci, je tradiční čínská medicína. O tom jsem hovořila právě s Vojtěchem Havránkem:

su. Odnaučila mě pít kávu s mlékem. Ten zvyk dvojkombyne přeci jen byl hluboko zakořeněný. Nicméně věřte mi, jde to, je to jen a jen o hlavě.

Dnešní doba není o trpělivosti, ale o zbrkllosti. Všichni chceme všechno hned, včetně výsledků. Není to přání nad limit možností člověka?

To je velký rozdíl v chápání tradiční čínské medicíny a medicíny západní. TČM řeší příčinu a jde po kořenech problémů. Když se přijde včas, problém lze diagnostikovat v rovině energetických drah. Pak to chce jen trpělivost a dodržovat řád, a nemoc ani nemá šanci vzniknout. Samozřejmě pro mnoho lidí je to běh na dlouhou trať, a ne každý je ochoten vydržet. Západ-

ní medicína řeší důsledek, nezkoumá příčinu, byť se na toto téma začínají mezi lékaři rozvíjet zajímavé diskuze ve smyslu celostní medicíny. Pro mnoho lidí je toto

rychlá a zdánlivě jednodušší cesta. Takže necháváme na každém jedinci, jaký směr si zvolí. Máme všichni právo na svobodné rozhodnutí. Tímto vůbec nechci bagatelizovat úlohu západní medicíny. V oblasti emergency a urgentních stavů zde má své velké opodstatnění. A možná se časem dočkáme spojení obou... Takže jednoduchá odpověď na tuto složitou otázku za mě. Všechno je možné, jen to obvykle nejde hned.

Podnikatelé a manažeři se k čínské praxi stále častěji obracejí, snaží se relaxovat, meditovat, odlehčit mysl, zvládat stres. Opravdu se tomu lze naučit?

Lze. Stejně jako se dá nacvičit před spaním „vypnout hlavu“. To jsem si natrénoval zhruba

v 28 letech a jako samouk. Nechtěl jsem do tří hodin ráno každou noc ležet na posteli a přemítat nad problémy a úkoly. Tak jsem se naučil vypnout mozek, začít myslet „na nic“ a do pár minut usínám. A to je začátek. Člověk si pak ještě musí srovnat životní priority a uvědomit si, že nemocný a vyhořelý nebude „nikomu k ničemu“. A pak jeho relaxaci může být meditace či ranní běh. Mysl je pak odolnější a pozitivněji naladěná.

Jistě i vaši klientelu tvoří lidé, kteří jsou s časem na štíru. Jakou pomoc většinou požadují, co je trápí nejvíce?

Většina přichází často s kombinací fyzických obtíží (bolest zad, kloubů, trávení), psychických (stres, únava) či zažívacích obtíží. Základem je pak sezení se zkušeným terapeutem, vyhodnocení komplexního aktuálního stavu klienta a v rámci diskuze a možnosti klienta volba vhodné cesty. Nejtěžší pak pro většinu klientů je přijmout změnu a měnit věci ve svém zaběhlém životním rytmu. Často se po několika terapiích cítí lépe, nereflektují dolo-



Vše souvisí se vším

ručení terapeuta a přestanou na sobě pracovat. Tito klienti se pak po pár měsících opět vrací s velmi podobnou kombinací problémů, se kterou nás navštívili na začátku.

Další skupinou jsou pak klienti či klientky, kteří navštěvují zkrášlovací terapie založené na TČM, individuální cvičení s trenérem či výživové poradenství (západní i východní přístup).

Uvažujete o tom, že byste určité služby poskytovali přímo ve firmách? Třeba masáže, relaxační cvičení?

Ano. Aktuálně připravujeme pro firmy business balíčky na bolavá záda, což v dnešní „kancelářské době“ trápí spoustu z nás. Kdo z nás se například jednou za hodinu zvedne ze židle a jde se na deset minut protáhnout či projít? Obvykle si dáme kávu v kuchyňce, a ještě si k tomu sedneme...

Pro manažery pak máme připraven business program na zdravější životní styl, individuální cvičení s trenérem, výživové poradenství. To vše maximálně přizpůsobené jeho nabitému programu.

Pro ženy jste nedávno připravili něco speciálního. Oč jde?

Ano, pro ženy jsme přichystali Beauty ošetření pleti a vyhlazení vrásek dle Tradiční čínské medicíny. To napomáhá k omlazování pleti a vyhlazení vrásek v oblasti obličeje. Bojuje s váčky a s tmavými kruhy pod očima. Řeší problematiku povislé pleti, léčí příčiny problémů s pletí a pak jejich následky. Po sérii asi osmi ošetření jsou již viditelné výsledky. Případně mohou dámy absolvovat kosmetické ošetření s použitím kvalitní čínské bylinné kosmetiky nebo unikátní české kosmetiky s vysokým obsahem přírodního mléka (maximální šetrnost k pokožce). Základem jsou vzácné složky kozího mléka doplněné surovinami mořského původu a rostlinnými extrakty.

Koncentrace pozitivních energií na metru čtverečním je u nás vskutku velmi příznivá a jsem velmi potěšen pokaždé, když otvírám dveře a vstupuji do jiného, klidnějšího světa.



Služeb využívají i celebrity

Klienti se občas některých zásahů do rytmu života obávají, neradi mění své zvyklosti a přijímají nové rituály. Jak je motivujete, aby to zkusili?

Motivaci musí klient objevit v sobě. Musí pochopit, že to dělá pro sebe, a najít vnitřní sílu v sobě. Na této cestě ho pak provádí zkušený terapeut, a působí tak i v roli mentora a průvodce. Mnoho z nás nerado vystupuje ze svojí komfortní zóny a zkouší nové věci, často potřebujeme doporučení a dobrou referenci od svých přátel, kterým důvěřujeme. Někteří jsou odvážnější a řeknou si, že když „to funguje 4000 let“, něco na tom bude, a zkusí.

Energetická vyrovnanost, harmonie v duši, optimismus, který hory přenáší – nechtěli bychom toho až příliš?

Možná ten optimismus nemusí přenášet hory, ty klidně nechme tam, kde jsou. Bude sta-

čit, když trošku optimismu promítneme do svých mezilidských vztahů. Ke každému nemusíme být hned nepřístupní a nemusíme se na něj dívat jen negativně, za každým jeho činem hledat to špatné. Soudit rychle umí každý. Zkusme se k sobě navzájem chovat lépe a vracet se k základním hodnotám jako slušnost, poctivost a respekt k druhému. Posune to nejen nás jako osobnost, ale i naši společnost. A hned ten svět bude o něco lepším místem k bytí.

Veselá mysl je pro úspěch v podnikání důležitý pomocník. Jak může tradiční čínská medicína rozjasnit tvář, ubrat vrásek na čele a člověka alespoň lehce přeprogramovat?

Bez pozitivní, optimistické a veselé mysli bych se do podnikání asi nepouštěl. Člověk musí mít kladnou energii, kterou předává ostatním v týmu a dělá dobrou atmosféru. TČM vám pak může pomoci žít zdravěji, změnit návyky a trošku uklidnit chaos v životě, spěch a snížit stres. Vrásky pak může ubrat i reálné, i když tuto možnost zatím využívají hlavně ženy...

otázky připravila Eva Brixí



V China Care nikdy nechybí úsměv a povzbuzení



Najděte si chvilku...

Jsme konzervativní: stačí nám vozík a nákupní seznam na papíře

Přestože je Česko zemí, která přeje internetovým nákupům nebo bezkontaktním platebním kartám, Čechům se při nákupu do používání nových technologií moc nechce. Samoobslužné kiosky nebo skenování zboží dosud využilo pouze 20 % z nich. Pomalu si lidé zvykají i na mobilní aplikace, které využívají například pro sledování nabídek a slevových akcí nebo k uchování věrnostních kartiček.

Samoobslužné kiosky, skenování zboží nebo QR kódů – technologické novinky, které postupně pronikají do českých obchodů –, zatím narážejí na neznalost a nezáměr ze strany nakupujících. „Tyto technologie nezná ani polovina tuzemské populace, a reálně je při nákupu využívá dokonce pouze každý čtvrtý Čech,“ vysvětlil David Vurma z konzultační společnosti Acomware. Dokazuje to výzkum, který pro společnost provedla výzkumná agentura Ipsos. Z dat dále vyplývá, že nejvíce Čechů zná skenování QR kódu nebo zboží v obchodě. Obě technologie jsou známé pro 40 % lidí, reálnou zkušenost s jejich využitím má asi pětina dotázaných. „Je překvapivé, že v roce 2018 ví o možnosti využití QR kódu jen polovina internetové populace. Nižší míra skutečného využívání QR kódů může souviset s nutností instalace aplikace pro tento účel,“ vysvětlil Václav Stržtecký z katedry marketingu Vysoké školy ekonomické

v Praze. Budoucnost QR kódů přitom ohrožuje mnohem progresivnější technologie NFC. V praxi lidé nejvíce využívají technologie spojené s mobilními telefony. „Mobilní aplikaci některého z prodejců už vyzkoušel každý čtvrtý Čech, stejně je to s aplikacemi pro uchování věrnostních kartiček. Naopak třeba nákupní seznam si do mobilu někdy zapsalo pouze 14 % Čechů,“ doplnil Vurma. U některých technologií pro podporu prodeje se naopak ukazuje, že je lidé zatím neznají, případně je neměli možnost využít. „Výmluvné jsou v tomto směru například chytré hodinky nebo rozšířená realita, s nimiž má jen zkušennost maximálně tři lidé ze sta,“ doplnil Václav Stržtecký. Vztah k novým technologiím se mění s věkem. Technologie, jež úzce souvisí s využitím mobilního telefonu nebo internetu, jako jsou mobilní aplikace,

notifikace, chatboti nebo virtuální realita, zná v kategorii 15–24 let oproti celorepublikovému průměru až dvojnásobek nakupujících. Naopak v kategorii 55+ znalost těchto technologií často klesá na polovinu. „Rozšíření uvedených technologií do budoucna poroste. Data přesto ukazují, že z pohledu prodejců je dobré být při jejich zavádění obezřetný. Ne každou technologii je nezbytné integrovat, vždy je třeba vzít v potaz, co je užitečné pro mou skupinu zákazníků,“ podotkl David Vurma. (tz)



Přes třetinu spořicích profesních účtů Sberbank využívají notáři a advokáti

Více než třetinu všech spořicích profesních účtů Sberbank využívají notáři a advokáti (34 % všech uživatelů), následování správci konkurzní podstaty (32 %). Sberbank v prosinci upravila úrokové sazby korunových profesních účtů tak, aby co nejvíce odrážely požadavky těchto profesí. Banka ve všech pásmech zvýšila úroky, a to až o 0,5 %, navíc přidala 3. pásmo.

Sberbank nově úročí pásmo do pěti milionů sazbou 0,25 %, od pěti do deseti milionů korun sazbou zvýšila na 0,40 % a nové pásmo nad deset milionů je s úrokem 0,50 % ročně. „Pro-

fesní účty jsou nejvíce oblíbené a využívané k notářské a advokátní úschově. Hojně jsou využívány i správci konkurzní podstaty či insolvenčními správci. Naši snahou je přizpůsobit je co nejvíce požadavkům těchto profesí a nastavit jim atraktivní podmínky, které jim zajišťují zajímavý úrokový výnos,“ vysvětlil David Middleton, produktový manažer depozit Sberbank.

Sberbank klientům dlouhodobě poskytuje jednu z nejvýhodnějších podmínek úročení depozit na trhu. Jako jedna z prvních bank opakovaně reagovala na zvyšování základní sazby ze strany ČNB. Sazby korunových termínovaných vkladů výrazně zvýšila na začátku roku 2019. (tz)

Využití profesních účtů

notáři a advokáti	34 %
správci konkurzní podstaty	32 %
insolvenční správci	23 %
exekutoři	11 %
dražebníci a likvidátoři	1 %

Úročení profesních účtů (v Kč)

rozsah	úrokové sazby v % p. a.
pásmo 1: do 5 mil. Kč	0,25 %
pásmo 2: nad 5 mil. do 10 mil. Kč	0,40 %
pásmo 3 – nové: nad 10 mil. Kč	0,50 %



Czech Specials

Váš gastronomický rádce při cestách po Česku

- Czech Specials je certifikační značkou, která potvrzuje, že právě v takto certifikovaném podniku Vám připraví tradiční české pokrmy v odpovídající kvalitě.
- Czech Specials je spolehlivým průvodcem po dobrých restauracích nabízejících poctivou českou kuchyni.

Přijďte si pochutnat do restaurací označených logem Czech Specials a užijte si poctivě připravené pokrmy naší národní kuchyně.

Inspiraci naleznete na stránkách www.czechspecials.cz.
Těšíme se na Vás!

Podnikatel a manažer potřebuje živé jídlo

Na počátku příběhu bistRAWveg byla knížka Henriho Monforta o pránické výživě, která nadchla Standu Petříčka natolik, že se rozhodli společně se svou ženou Petrou, nadšenkyň pro zdravou stravu, k ní co nejvíce směřovat. Pro zkušeného podnikatele v automotive byla síť bister s živou stravou jen logickým vyústěním cesty za delším a lépe prožitým životem. Jejich projekt necílí na alternativně smýšlející lidi, ale především dává možnost se do živého jídla zamilovat všem, kdo jdou kolem. Bistra na Černém Mostě, Chodově a v Liberci nabízí raw food stravu s cílem „jednou týdně zelený den“. Na následující otázky odpovídá Stanislav Petříček, zakladatel bistRAWveg, popularizátor zdravého životního stylu pro manažery, spolumajitel společnosti TP Consulting.



Stanislav Petříček

Co je to vlastně raw food, tedy živá strava?

Jde o nevařenou stravu rostlinného původu, zpracovanou maximálně do teploty 42 °C. Suroviny si tím uchovávají všechny své enzymy a živiny, které se většinou vařením ničí. Tělo tímto jídlem získává všechny benefity vstupujících surovin. Většinu běžné vařené stravy považují spíše za takovou mrtvou hmotu. Když už vařím vegansky třeba pro děti, tak jídlo vždy konzumujeme do dvou hodin od uvaření, dokud zůstává zásaditým.

Jaký příběh stojí za konceptem živé stravy?

Kamarád Richard nám dal knížku Henriho Monforta, který už v té době deset let nejedl, byl to bretarián. A dozvěděli jsme se, že přechod od „všežravce“ na pránu (proud vitální životní energie) je přes vegetariána, vegana, vitariána, tedy raw food a až pak je prána. Tou dobou jsem už meditoval a pránickou energii přijímal. Zjistil jsem, že když jím maso, nejsem schopen tolik této energie při meditaci přijímat. Proto jsem se rozhodl ze dne na den maso přestat jíst.

Pro koho je bistRAWveg určeno?

Náš projekt je pro lidi, co chtějí žít zdravěji. Aby mohli žít déle a lépe. Jde o to být laskavěj-

ší sám k sobě a přemýšlet nad souvislostmi. Hodně se mluví o tom, že chceme změnit svět, ale svět se změní tehdy, pokud změníme osobní spotřebu. Proto jsme začali dělat jídlo. Jídlo je prakticky náboženství. Běžné jídlo vás primárně unaví. My to vnímáme tak, že jídlo vám má energii dát, ne odebrat.

Je vaše nabídka jen pro vegetariány?

Ne, vůbec ne. Nejde nám o to vytvářet nějaké hnutí, naše jídlo je pro všechny. O to je to zábavnější a taky podnikatelsky náročnější. Nemůžete cílit na vegany, vegetariány... Ti si vás přirozeně najdou, protože to vyhledávají. Alternativní lidé moc do obchodů stejně nechodí. Pracovat se skupinou těch, se kterými si rozumíte, je snadné. My pracujeme s těmi, se kterými si tolik nerozumíme.

Naším cílem je, aby si lidé udělali zelený den třeba jen jednou za týden.

Proč jste se rozhodli založit právě síť bister s živou stravou?

Jídla, která jsme si doma připravovali, dobře vypadala, a lidé ze sociálních sítí nás žádali, ať založíme restauraci. Založit restauraci se nám zdálo nesmyslné. Pokud bychom měli restauraci, tak bychom tam sami museli pořádkem být. To se neshodovalo s naším životním stylem. Když už, tak řetězec, aby to mělo hlavu a patu a nebylo to jen o nás, ale i o zájmu o zdravější životní styl ostatních lidí. Raw food

řetězce ještě neexistují, spíše menší restaurace nebo taková „polohnutí“. Řekli jsme si ale, že touto cestou jít nechceme.

Jde tedy o dosažení harmonie mezi světy businessu a alternativy?

Ano, nejdůležitější ze všeho je být šťastný a v pohodě. Štěstí rovná se klid v mysli. Žijeme v materiálním světě, tady a teď. S nadsázkou říkám, že deprese se lépe snáší v audině než v trabantu.

Co je cílem vašeho projektu?

Pro lidi, kteří chtějí žít zdravěji a déle, je to jedna z cest, pravděpodobně ta nejjednodušší. Ale jen pro ty, co opravdu chtějí. Nechceme předělávat masožravce na vitariány, kteří jí jen raw food. Naším cílem je, aby si lidé udělali zelený den třeba jen jednou za týden.

Nabízíte rozvoz do firem?

Ano, přesně tak. Netřeba kvůli tomu měnit stravovací návyky, ale dopřát si jednou týdně něco, co vás nezaplácne, ale nabudí. Lidé jsou přirozeně líní, a proto dovážíme jídlo k nim. Jednou za týden si ve firmě dají živé jídlo a cítí, že mají více energie a jsou funkčnější, což vede k tomu, že vykonávají svou práci lépe. Proto to zaměstnavatelé podporují. Zlepšuje to pracovní výsledky. Chybí pocit přeplněného těžkého břicha a utlumenosti, která nastává po běžném obědě.

Jaký je důvod pro to, že některá jídla vypadají a mají názvy jako běžná jídla, na která jsme zvyklí? Viděl jsem svíčkovou, sekanou, dokonce „smaženého kapra“ se salátem.

Je to proto, že lidi by to nebavilo, kdyby to byly jen kombinace salátů. Tvoříme tak, aby vše vypadalo, a i chutnalo jako jídlo, na které jsou zvyklí, ale zároveň to bylo výživné a zdravé. Není to, jako když si člověk zaplácně žaludek knedlíky a nějakou moučnou omáčkou. Naopak, nakopne ho to energií a nemá chuť si jít lehnout, jako např. po té klasické svíčkově.

Proč myslíte, že se vaše jídlo tolik hodí pro podnikatele a manažery?

Protože jsou zvláštní skupinou lidí. Jsou to lidé, kteří neustále kmitají a jsou v pohybu. Výhodou tohoto jídla také je, že vám nevystydne. Naše jídlo neunaví a dodá energii tolik potřebnou při vytížení obchodníka. Pomáhá, aby se cítil lépe. Také když začnete jíst živou stravu, tak najednou zjemníte. Nebudete unavení, a navíc vám to bude i chutnat.

Jak funguje dovoz jídla do firem firmy?

Zavázíme každý den a objednávky děláme online na následující den či ráno na odpoledne. Využíváme také službu Dámejídlo.

Trend raw food proběhl před několika lety, co myslíte, že táhne lidi k živé stravě dnes?

Stále totéž. Touha žít zdravěji a cítit se lépe. Každý máme hranice toho, co považujeme za



zdravé, jinde. Někdo přestává jíst maso, někdo vyřadí lepek a mléko, a někdo zařadí častěji čerstvou syrovou stravu. Jde o to, jaké informace kdo má a co mu osobně sedí.

Je podle vás dobrý nápad překvapit obchodního partnera a domluvit schůzku ve vašem bistro?

Rozhodně ano. Určitě si vás bude klient lépe pamatovat, když ho zaujmete nejen tím, co máte v portfoliu produktů a služeb, ale i tím, kde se nad tím potkáte. Funguje to skvěle a je tam vždy určitý Wow efekt z těchto setkání.

Vášim cílem je tedy naučit lidi na vaše jídla jednou týdně?

Ano, to úplně stačí. Je to pro většinu lidí o jedné týdně více, než je běžné. Stačí vyzkoušet a cítit ten rozdíl. Třeba vás to chytne tak jako nás, ale jde o představení něčeho nového a uvědomění si rozdílu, spíše než o konvertování lidí v nadšence do zdravé výživy. Raw food není krabičková dieta, to je životní styl. Jestli se lidé chtějí změnit, tak zdraví začíná jídlem. Vždy je nejdříve třeba změnit vlastní spotřebu. Začnete třeba sladkým, to má rád každý.

za odpovědi poděkoval Pavel Kačer

Český trh coworkingových kanceláří se meziročně zvětší více než o polovinu

První coworkingová kancelář byla otevřená už v roce 2009, ale poptávka po sdílených kancelářích výrazně roste až v posledních letech. Velký zájem se odráží v prudkém vzestupu kancelářských coworkingových ploch. Jejich nárůsty se meziročně v průměru pohybovaly mezi 50 až 70 %. Důvodem výrazného rozšiřování je v porovnání se západními státy velmi nízká srovnávací základna. Sdílené kanceláře v Česku koncem minulého roku zabíraly plochu 39 000 m². Letos by podle banky mělo přibýt dalších 22 000 m². Pokud bude výstavba pokračovat podle plánů, celý sektor by se měl letos rozrůst o 56 %.

Trh s coworkingovými kancelářemi je v ČR zatím poměrně mladý. První oficiální sdílená kancelář byla v Česku otevřena v roce 2009. V Dánsku a Rakousku se objevily již v roce 2002, v USA v roce 2005. „Mnoho investorů počítá s tím, že sektor sdílených kanceláří bude v Česku dále bez problémů růst. Své zastoupení u nás mají i důležité světové hráči, jako je Business Link, WeWork nebo Spaces. Očekáváme, že využívaná plocha coworkingu se z 22 000 m² z prosince 2018 rozroste ke konci letošního roku na 61 000 m². To by znamenalo, že by tvořila jedno procento všech kancelářských ploch

v Česku,“ uvedl Jiří Procházka, ředitel korporátního bankovníctví Expobank CZ. „Coworkingová centra už dnes nevyužívají jen freelanceři nebo začínající podnikatelé, ale i větší společnosti či korporace, které se potýkají s nedostatkem kancelářských prostor a hledají flexibilní, rychlé řešení nebo chtějí své projektové či inovační týmy umístit do inspirativního prostředí,“ doplnila Petra Hubáčová ze společnosti Business Link. Celosvětově existuje přibližně 14 000 coworkingových center, které navštěvuje zhruba 1,2 milionu pracovníků. Analytici BNP Paribas Real Estate očekávají, že do roku 2020 stoupne počet

center na 28 000 a počet jejich aktivních uživatelů na čtyři miliony. „V Česku je velmi pravděpodobné, že developéři budou v rámci připravovaných kancelářských projektů již dopředu počítat s tím, že určité části budov budou využity právě pro coworking,“ dodal Jiří Procházka z Expobank CZ.

Podle Prague Research Forum bylo v Praze během posledního čtvrtletí 2018 dokončeno celkem 28 500 m² kancelářských prostor. Celkový objem moderních kanceláří tak vzrostl na 3 475 100 m². Dokončen byl projekt City Element (7600 m², Praha 4) a rekonstrukce budovy BB Centrum A (20 900 m², Praha 4). Celkem bylo v roce 2018 dokončeno téměř 156 900 m² kancelářských prostor. V roce 2019 by to pak mělo být až 214 800 m² kancelářských prostor. Další 134 000 m² je aktuálně ve výstavbě s plánovaným dokončením mezi lety 2020 a 2021. Nejvyšší nájemné v pražských kancelářích loni podle společnosti KPMG meziročně vzrostlo v průměru o 2,5 % na 246 eur za metr čtvereční na rok. (tz)



Až za nás bude hlídat

Daně. Strašák? Jak by se dalo charakterizovat první čtvrtletí roku, kdy od nás účetní chtějí všechno možné? Doklady, vysvětlování, zaškrťování, ještě tohle, a támhleto, vyplnit, odsouhlasit, potvrdit, vzpomenout si na to či ono. Většina z nás je pozitivní a má účetní doklady v pořádku. Což o to. Ale každý rok se vyskytnou tu a tam drobné vady na kráse. Chybička se vloudí. Za co byla ta a ta platba, která odešla z firemního účtu? Proč

jsme to platili v říjnu místo v prosinci? A za co v bance přistály ty a ty peníze? Proč jsme to a to uhradili dvakrát? Běžné prohřešky, účetní by mohli psát romány. Ať se firma snaží jakkoli, každý rok se řeší ty samé otázky. Hledají se odpovědi, leč paměť je krátká. Těším se, až nám dá umělá inteligence nástroj, který bude bystřejší a preciznější než celé firemní účetnictví, která v pár sekundách za nás vyčistí kostlivce, rozpomenou se na vše, co my v přemíře informací nejsme schopni ošetřit, co nám nechtěně unikne. Až bude strážcem kalendáře, financí, chyb, metodiky, systému. Pak možná slovíčko daně začne mít úplně jiný smysl.

Eva Brixí, šéfredaktorka

čtěte s námi

ROSSMANN investuje v ČR miliony korun

Uplynulý rok 2018 byl pro koncern ROSSMANN úspěšným. Meziroční obrát dosáhl rekordních 9,46 miliardy eur, celkový nárůst tržeb činil 5,1 %. Letos plánuje německá drogistická síť investovat 215 milionů eur a otevřít 200 nových prodejen. V ČR slaví letos ROSSMANN 25 let existence na trhu a plánuje investovat 132 milionů korun do tuzemské sítě poboček. I tento rok chce společnost u nás otevřít desítku nových prodejen. 25 stávajících poboček projde rozsáhlou rekonstrukcí. Celkové investice pro letošní rok se tak v Česku vyšplhají na 132 milionů korun. „Loni jsme představili nový koncept ‚ROSSMANN. A život je krásnější‘ a zrekonstruovali desítky poboček ve všech koutech Česka. Letos, kdy oslaví naše společnost čtvrtstoletí na českém trhu, chceme v trendu pokračovat – zákazníci se mohou těšit na zbrusu nové pobočky v regionech a zároveň desítky těch stávajících dostanou novou tvář“, uvedla Olga Stanley, manažerka komunikace ROSSMANN. V Německu, kde společnost ROSSMANN sídlí, vzrostl loňský obrát o 4,1 % na 6,66 miliardy eur. Zahraniční pobočky, které ROSSMANN provozuje v Česku, Polsku, Maďarsku, Turecku, Albánii a Kosovu, hlásí roční navýšení obrátu o 7,7 % na 2,8 miliardy euro. (tz)

partneři www.freshtime.cz



www.uzeninybeta.cz



www.clarioncongresshotelprague.com

Prosperita Fresh Time

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 8, březen 2019

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

Šéfredaktorka: PhDr. Eva Brixí-Šimková

e-mail: bixi@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: Triangl, a.s., www.trianglprint.cz

triangl print

Distribuce: S P Agency, spol. s r. o.

Placené textové materiály jsou označené grafickým symbolem

www.freshtime.cz

Internetový marketing: Media Know, www.mediaknow.net

Jak umělá inteligence v telefonech Huawei zjednodušuje život

Na poli technologií umělé inteligence dochází k neustálému pokroku. Společnost Huawei nejen velkou měrou přispívá k tomuto vývoji, ale taky přináší novinky, jež dokazují, že umělá inteligence není jen módní slovo, ale něco, co může reálně zlepšit život. O rovnováze pracovního a osobního života se snáz mluví, než se realizuje. Proto každý uvítá na tomto poli alespoň malou pomoc.

Užitečný pomocník v práci

Při práci v multikulturním prostředí by spolu lidé často rádi více komunikovali, ale přetrvává mezi nimi jazyková bariéra. Huawei pro tyto příležitosti adaptoval překladáč založený na umělé inteligenci, který je dostupný prostřednictvím nástroje HiVision.

Při běžných činnostech, ve kterých uživatelé spoléhají na svůj chytrý telefon, jako je čtení e-mailů nebo prohlížení internetu, by se mnoha z nich hodil větší externí displej. EMUI 9.0 přichází s vylepšenou funkcí Easy Projection, která dovoluje uživatelům propojit zařízení s většími monitory. Vylepšená funkce Wireless Easy Projection umožňuje uživatelům přístup k vlastnostem jako One-Click Projection, Highlight a Capture on Big Screen, které umožňují pohodlné zvětřování obsahu na televizích a dalších větších obrazovkách.



Šetří čas a dělá život zábavnějším

HiVision od společnosti Huawei je výborný průvodce na cesty. Při zamíření fotoaparátu na vybraný objekt jsou uživatelé propojeni s popisy a podkladovými materiály o památkách v 15 zemích světa.

HiVision dokáže také spárovat předměty s maloobchodním prodejem. Uživatel může naskenovat předměty a rovnou je koupit online. Aktuálně jsou tyto funkce propojeny s více než 200 globálními e-shopy a příbližně stovkou oficiálních značkových online obchodů. To dává spotřebitelům možnost vybrat si z více než 120 milionů položek.

Pro uživatele, kteří si hlídají stravu, je užitečná funkce měření kalorií, kdy namířením fotoaparátu na určitou položku se automaticky zobrazí jejich odhadovaný počet. Funkce je založená na odhadu umělé inteligence ohledně hmotnosti dané porce. Počítadlo kalorií v rámci HiVision aktuálně rozpoznává více než sto různých potravin.

Další vychytávkou je Master AI, automatická optimalizace kompozice fotografie, která je součástí nastavení fotoaparátu. Využívá umělou inteligenci k rozpoznání předmětů a krajin, a proměňuje tak bez jakýchkoliv dalších vstupů amatérské dílo v umělecké.

Zatímco společnost Huawei už představila řadu funkcí umělé inteligence v mobilu, její éra je zatím stále v plenkách a mnoho jejího potenciálu zatím zůstává nevyužito. Což je pro Huawei závazek i další výzva nadále investovat do rozvoje umělé inteligence nejen v mobilech, ale taky v cloudových zařízeních. (tz)

Když na opravu přijde instalatérka

Ženy stále častěji pronikají do oborů, v nichž jsme si dříve dokázali představit jen příslušníky silného pohlaví. Jejich největší hendikep – chybějící sílu – dnes hravě překoná moderní technika, ony však mohou přidat ke svědomité práci nejen přirozený půvab, ale i smysl pro krásu, detail a harmonii. Jak je to tedy s instalatérkami, truhlářkami, podlahářkami doopravdy? Obrátili jsme se tam, kde získávají potřebné znalosti a schopnosti, na Střední odbornou školu Jarov v Praze, a hovořili s jejím ředitelem Miloslavem Janečkem.



Miloslav Janeček

Je těžké získat učně a studenty na řemeslo a technické obory v Praze?

V naší škole řadu let dozadu žáci na technicky zaměřených učebních oborech přibývají, přestože podle demografické křivky absolventů základních škol spíše ubýválo. Důvodů je, podle mého názoru, několik. Naše škola má skvělé výsledky, naši žáci opakovaně a téměř pravidelně získávají přední místa na nejrůznějších řemeslných soutěžích středních škol v celé republice, což je známka výborné úrovně vzdělávání u nás. Dále každoročně získáváme řadu grantů, kterými pomáháme financovat zahraniční stáže našich žáků – například zahradníci létají do Holandska, mládež z dřevařských oborů do Finska a Německa, zástupci stavebních oborů do Španělska a podobně. Žáci učebních oborů mohou získat prospěchová stipendia, ale také mají právo na finanční odměnu za produktivní práci, kterou vykazují na zakázkách školy v rámci naší hospodářské činnosti. Máme vynikající spolupráci s Hospodářskou komorou ČR, řemeslnými cechy, s řadou firem, díky čemuž většina našich absolventů má před ukončením studia domluveno pracovní uplatnění, pokud nechce pokračovat ve studiu, například prostřednictvím maturitní nástavby. Veřejnost pochopitelně také vnímá, že kvalitní a spolehliví řemeslníci jsou žádáni a jsou velmi dobře hodnoceni.

Jsou dívky – truhlářky, instalatérky z nouze ctnost, nebo mohou nabídnout i něco, co chlapci nedokážou?

Rozhodně to není z nouze ctnost. Určitě to není tak, že pokud se dívka nedostane na střední školu, jde potom z nouze na učební obor. Naopak, většina dívek si učební obor cíleně vybere, chce se mu věnovat, často si takovou volbu musí

i obhájit třeba před rodiči a potom se mu opravdu věnuje, zůstává u něho. Většinou se v případě dívek nemusí řešit žádosti o změnu oboru. Většina jich je pečlivější, mají větší cit po detail. Například v oboru malíř se více uplatní v jemných dekorativních malbách, u podlahářů to zase bývají složitější pokládky parket.

Jaké jsou jejich teoretické a praktické výsledky? Pracuje se vám s nimi dobře?

Většinou ano, máme zkušenosti z minulých let s řadou dívek, které patřily k nejlepším ve svém oboru. Například před několika lety u nás absolvovala instalatérka, která dokonce zvítězila v celorepublikové soutěži. Většina z nich je pečlivá, cílevědomá.

Dávají dívky stále přednost určitým oborům?

Nejvíce dívek u nás studuje na zahradnický zaměřených oborech, ať jsou to obory s matu-

ritou, nebo výučním listem. Pravda je, že dívky se stále častěji objevují i v typicky mužských oborech – podlahář, malíř, instalatér, truhlář a podobně. I díky pokroku techniky ubývá ve většině řemeslných oborů fyzicky náročné práce, takže i specializace, které kvůli fyzické náročnosti nebyly pro dívky vhodné, dnes bez problému zvládnou.

Co tomu říkají ve firmách? Jak přijímají a využívají vaše absolventky?

Opět platí, že ve většině případů je ohlas z firem pozitivní. Momentálně máme například ve třetím ročníku učebního oboru podlahář/ka dívku, která je nesmírně šikovná, působí v rámci odborného rozvoje ve firmě specializující se na pokládku parket, kde jsou s ní velmi spokojeni a byli by rádi, aby po vyučení u nich zůstala. Definitivně ale ještě domluvení nejsou, protože ona dívka velmi zvažuje ještě další studium v naší dvouleté maturitní nástavbě.

Uplatnění absolventek řemeslných oborů na trhu práce je určitě velmi dobré...

Uplatnění na pracovním trhu řemeslníků se neřídí tím, zda jde o dívku, nebo chlapce. Zákazníka nebo zaměstnavatele logicky spíše zajímá, zda je řemeslník pracovitý, slušný, spolehlivý, zda samostatně zvládne práci, kterou má udělat, zda umí zacházet s tradičními i moderními materiály a technologiemi. Navíc kvůli nárůstu byrokracie se i v kanceláři stavební firmy hodí člověk, který danému oboru rozumí, a právě administrativu takových firem zajišťují převážně ženy.



ptal se Pavel Kačer

Máte již CNG tankovací kartu od **innogy**?



- jednotný platební karetní systém pro tankování CNG vozidel
- každý CNG motorista by si měl požádat o vydání CNG karty na **innogycng.cz**
- se CNG kartou natankujete samoobslužně, u většiny stanic navíc nonstop
- díky CNG kartě platba za CNG jen jedenkrát měsíčně
- innogy je provozovatelem široké sítě stanic CNG a jedním z největších prodejců CNG v ČR
- aktuální informace (ceny, mapa stanic, nabídka vozů, novinky) sledujte na webových stránkách **cng.cz** a **innogycng.cz**



innogycng.cz