

srpen 2019

fresh[®] **TIME**

PROSPERITA

Osobnosti tohoto vydání:

Petr Kubíček

Vojtěch Havránek

Jana Erbová

Martin Erba

Václav Frič

Přemysl Lukeš

Jiří Halbrštát



Petr Kubíček

**Zdravý business
z české krajiny**

rozhovor na stranách 2–3

Zdravý business z české krajiny



Ing. Petr Kubíček

správná péče o životní podmínky zvířat, no a také dobré krmivo. Zdá se to jednoduché a při pevné disciplíně to v podstatě jednoduché je, ale ne každý to v praxi dovede uskutečnit. Chov zvířat je krásný v tom, že když se o ně dobře postaráte, tak vám to zvířátko vrátí. Nám se to daří a chov je již desátým rokem ziskový, a to bez jakýchkoli dotací.

Český trh, troufám si tvrdit, byl po krutím masa hladový. Roste stále poptávka?

Obecně roste spotřeba drůbežního masa, a to dlouhodobě. Krůty spíše stagnují, a to především z důvodu ceny, neboť krutí maso je dražší až o 80 % než kuřecí. Těch spotřebitelů, kteří ví, co chtějí, a chtějí to nejlepší, tak těch zase tolik nepřibývá. Bohužel.

Určitě jsou vašimi odběrateli také hotely a restaurace. Jaký pro ně míváte benefit, jak podporujete jejich zájem? A je tržní vztah stále jen o ceně?

Pro většinu hotelů a restaurací je maso především komodita, která je zaměnitelná. Takže tam se nejvíce uplatňují importy drůbeže a je zde velký tlak na cenu. Je pár lokálních restaurací a hotelů, které kupují naše maso právě proto, že je z krutí farmy v Brništi. Jejich počet postupně roste.

V čem je právě krutí maso výjimečné? Je šance, aby se více podávalo také v nemocnicích nebo školních jídelnách?

Jak jsem již naznačil, je to superpotravina, zdravý a chutný zdroj bílkovin s nízkým obsahem tuku a nejvyšším obsahem omega tři mastných kyselin. Krůta má až devět druhů mas, tj. jsou tam části, které mají odlišné vlastnosti a chuť. Například tzv. krutí plátek je vykostěné horní stehno, má chuť a vlastnosti nejvybranějšího telecího a hodí se skoro na všechno, na pečení, stejky, řízky, gulášky, ragú apod. Navíc to maso je rychle tepelně upravené, takže máte za 30 minut hotovo. Vaříte rychle z původní a čerstvé suroviny, což je současný trend stravování. V nemocnicích a jídelnách na krutí moc nenarazíte, a to opět kvůli ceně. Dokud bude muset kuchař v jídelně vyjít s food costy s 20 Kč na porci, tak si z krutího vařit nedovolí, anebo výjimečně.

V České republice jste zřídili řadu prodejen, kde si zákazník vybere z širokého sortimentu jak masa, a nejen krutího, ale také originálních výtečných uzenin, může si dát oběd a la jídelna, dokoupit řadu doplňujících zboží od farmářů či místních producentů. Bude takových míst přibývat?

Dceřiná firma PROMINENT každý rok vybudoje dvě až tři nové prodejny. Dnes jich máme



Vždycky jsem milovala filmové pohádky s královskými hostinami, kde se podávaly i nadívané pečené krůty. Byla to pro mne přehlídka nedostižného kuchařského umění, které mne vracelo nejen k televizní obrazovce, ale také do babiččiny kuchyně a k jejím ručně psaným kuchařským knihám. Praktické ochutnávky jejích krutích

specialit pro mne bývaly neskutečnou rozkoší stejně jako výpravy s dědou na pstruhy podél potoka lemovaného lískami a pásy lesních jahod nebo v zimě ke krmelcům v lese. Tajuplnost nepředvídatelných scénérií s možností okusit darů přírody na talíři se mísily v neskutečné zážitky, na nichž se podepisovala jarní vůně lučních petrklíčů nebo letní mateřídoušky, pozorování hebkých králíků v králíkárně či podzimní sbírání švestek na slivovici. Tehdy jsem ani nemohla tušit, že za několik desetiletí bude v Čechách příležitost kupovat čerstvé krutí maso šest dní v týdnu, úhledně naporcované a pro nejrozmanitější využití, že budeme moci povečeřet dokonce krutí klobásku nebo karbanátek z krutího mletého. Pod značkou PROMINENT CZ v řadě prodejen v ČR to však možné je. Moje kulinářské pokusy dostaly nový impuls. Zkouším tvořit příběhy na pánvičce, nad ohněm i v troubě, pokouším vlastní fantazii i chuťové pohárky svých nejbližších. Kdo stojí za těmito výzvami a kdo domácí trh zásobuje krutím masem? A jaké další souvislosti to má? O tom Ing. Petr Kubíček, spolumajitel a předseda představenstva ZOD Brniště a.s. a PROMINENT CZ – krutí speciality:

Značka Prominent okouzila vyznavače zdravého stravování a milovníky krutího masa. Proč jste se dali právě na chov krůt a krocanů?

To maso skvěle chutná, dobře se gastronomicky upravuje a je zdravé díky nejlepšímu poměru tzv. nenasycených mastných kyselin. Proto je považováno za jednu ze superpotravin. Byli jsme první firmou v republice, která se začala věnovat chovu krůt. Během roku 1968 se vedení tehdejšího družstva chovem krůt inspirovalo na pracovních cestách po USA a Kanadě.

Tento druh drůbeže je však poměrně náročný a v minulosti se u nás velkochovům moc na dobré časy neblýskalo. V čem spočívá váš úspěch, co je nejpodstatnější, aby se těmto opeřencům dařilo?

Krůty jsou náročné na optimální podmínky především během odchovu malých do šesti týdnů. Chováme je v halách na volno, potřebují správné klima, suchou a kvalitní podestýlku ve formě špičkové slámy nebo dřevěných hoblin. K tomu potřebujeme moderní technologie stájí, větrání a topení, ale na prvním místě jsou

devatenáct, včetně jedné pojízdné. Každá prodejna by měla být jakýmsi „trendy řeznictvím“ tj. s profilem širokého výběru čerstvého a zdravějšího krutího a drůbežího masa a zajímavým doplňkovým sortimentem. Necpeme se však do nějakých rádoby prémiových segmentů trhu. To maso musí být za normální férovou cenu pro běžného spotřebitele.

Ostatně – jaká je strategie zemědělské výroby ZOD Brniště? Nejsou to pouze krůty a krocani, ale především pěstování obilovin a píce, chov holštýnských krav a s tím ruku v ruce péče o krajinu podle společensky odpovědných principů...

Naší strategií je tzv. vertikální integrace. Uvedu na příkladu. Vlastníme půdu, na které zodpovědně hospodaříme, vypěstujeme obilí, ze kterého se vyrobí krmivo pro krůty, krůty vykrmíme a pošleme na porážku, veškerou krutí podestýlku vyhnojíme na pole, čímž pole řádně zúrodníme, vrátíme tam živiny, co jsme si z obilí odvezli. Krůty pak zpracujeme ve fabrice v Brništi, vyrobíme různé produkty a ty zavezeme na vlastní prodejny ke konečnému spotřebiteli. To je vertikální integrace v zemědělství dovedená téměř k dokonalosti... Obdobně bychom rádi postupovali i ve výrobě a zpracování mléka. Na to bychom však potřebovali produkovat tak o 30 000 – 50 000 litrů mléka denně více. Pak by se nám vyplatilo postavit si vlastní mlékárnu nebo nějakou koupit. Dnes vyrábíme ve dvou provozech necelých 30 000 litrů mléka denně.

To je businessový pohled na věc. Vy jste ale známi tím, že jste velmi činní v oblasti společenské odpovědnosti. Získali jste titul Top odpovědná firma České republiky jak v roce 2016, tak i za rok 2017. Za tím je určitě spousta práce i emocí...

Nemyslíme jenom na business. Systematicky se zabýváme rozvojem celého regionu a podporou místního života a dění. Většinou prostřednictvím naší neziskovky Podralského nadačního fondu. Budujeme stezky objevující krásy míst, kde působíme, postavili jsme Ekocentrum v Brništi, kde se věnujeme ekologickému vzdělávání posilujícímu lásku k přírodě, zvířatům a životu na venkově, organizujeme množství akcí pro veřejnost, které navštěvují tisíce lidí, revitalizujeme brownfieldy a dáváme jim novou, především veřejnou, funkci, děláme spoustu opatření



v praktické ochraně přírody, vytváříme nové krajinné prvky a zadržujeme vodu v krajině, a také nezapomínáme na sociální oblast.

Snažíte se také motivovat mladší ročníky, aby získaly zájem pracovat v zemědělství. Daří se to?

Já bych řekl, že ano. Již několik let společně s krajem spolufinancujeme stipendia na zemědělské obory na škole ve Frýdlantu. Letos je rozšíříme na všechny zemědělské školy v kraji, a to pod záštitou okresních agrárních komor, které v kraji působí. Žáků přibývá, jezdí pak k nám na praxe a brigády. Jde to podle plánu.

Co je nejdůležitější pro kultivaci vztahu ke krajině a pohyb člověka v ní?

Podle mne láska a porozumění. Každý zemědělec tu svoji práci miluje, miluje přírodu, zvířata, lesy, pole, rybníky, zkrátka všechno, co je spojeno se životem na vesnici. Proto mi přijdou naprosto nemístné a falešné veškeré invektivy, které proti zemědělcům v poslední době slycháme v řadě médií. Že zemědělci škodí přírodě apod. Tyto lži se každého zemědělce bytostně dotýkají. Netvrdím, že mezi námi nejsou, řeknu to tvrdě, vyukové a čuňata, co dokážou ušetřit na řádné aplikaci postřiků, a pak třeba i poškodí nějaké včelstvo. Ale paušalizovat to tak, že to je běžné či standard, že to dělají všichni, a že tedy čeští zemědělci likvidují třeba včely, tak to je úplně mimo! A to jede v některých médiích furt dokola. A přitom to je všechno naopak! Naše země má největší počet včelstev a včel v Evropě v přepočtu

na plochu. My podporujeme místní včelaře, spolupracujeme, komunikujeme, a tak to dělá drtivá většina farmářů.

Obdobně je to s jinými tématy jako třeba nadměrné užívání pesticidů, zvláště prý u velkých podniků... Přitom v ČR se aplikuje na plochu pouze asi 25–50 % pesticidů v porovnání se zeměmi, které jsou pak autory dávány za příklad – Německo, Itálie, Francie, Irsko, Belgie, Nizozemsko. Právě tam je půda mnohem více kontaminovaná nadužíváním pesticidů. To, že odsud ve velkém dovážíme konvenční i biopotraviny, nám nebrání kritizovat české farmáře, kteří hospodaří mnohem šetrněji. Tradiční zemědělství těchto regionů je v troskách, protože není konkurenceschopné na evropském trhu. Tuto nevýhodu by tamní teď chtěli exportovat k nám omezováním velkých farem. Spousta lidí tomu u nás ještě tleská. Kdyby tady mělo dojít k omezování velkých farem, tak je to konec a sebevražda v přímém přenosu, neboť ti malí zemědělci tady nejsou a nebudou! Je strašně málo lidí, co to chtějí dělat, a všude na světě jich ubývá. Ekonomickou budoucnost, kdyby nebyla pokřivena různými dotacemi, mají dvě základní strategie zemědělství. Za prvé je to velkovýroba, tedy nákladově efektivní výroba konvenčních potravin pro užití rostoucí světové populace, a za druhé ekologické zemědělství zaměřené na výrobu kvalitních a autentických potravin s jasným původem. Malí farmáři musí mít lepší podmínky než ti velcí, to je také jasné, a již dnes to tak je. A v budoucnu, fajn, ať se jim podmínky ještě zlepší. Ale ta míra znevýhodnění velkých nesmí přesáhnout úroveň, při které se začnou velké farmy dělit. To by byl konec a ekonomický nesmysl.

A myslíte si, že prestiž českého zemědělství opět roste?

Asi před třemi roky jsem si to myslel. Nyní o tom pochybuji. Je to hodně o politice a zemědělci dnes doplácí svým dobrým jménem na to, že premiér, který má ekonomické zájmy v zemědělství, je i v politice. Až bude pryč, bude i pro zemědělce lépe. Pak snad farmáři nebudou politickým hromosvodem a předmětem vypjatého politického souboje.

ptala se Eva Bixi



Třetina manažerů hlásí přes léto propad produktivity práce

Vysoké teploty či vyhlídka letní dovolené. To jsou jedny z nejčastějších důvodů, které vedou v letních měsících ke snížení produktivity práce a horšímu soustředění pracovníků. Podle průzkumu z roku 2017 snížení produktivity pozoruje celá třetina manažerů. Udržet si výkonnost i motivaci zaměstnanců firmám pomůže například teambuilding konaný ještě před obdobím dovolených, větší flexibilita zaměstnanců či správné složení pracovního týmu. Opomínat by se neměl ani dostatečný komfort vzhledem k vysokým teplotám.

Léto plné slunce příznivě působí na psychiku, lidé si během těchto měsíců většinou rovněž užívají svoji nejdelší dovolenou v roce. Z pracovního hlediska však mohou zejména prázdninové měsíce představovat problém. Ukazuje to například studie společnosti OfficeTeam z roku 2017, podle které více než třetina HR manažerů ve firmách pozoruje menší produktivitu pracovníků. Angličtina má pro tento jev dokonce speciální pojmenování, takzvaný summer slump neboli letní propad. Zhruba pětina manažerů se dle zmíněné studie též během letních měsíců musí potýkat s neplánovanými absencemi zaměstnanců, 15 % řeší jejich pozdní příchody a dřívější odchody a 12 % si stěžuje na to, že jsou pracovníci až nadměru roztěkaní. Kromě těchto faktorů snižují produktivitu práce v letních měsících samozřejmě i vysoké teploty. Podle studie z roku 2006, kterou zpracovali finští vědci ve spolupráci s americkými výzkumníky z Lawrence Berkeley National Laboratory, jsou zaměstnanci nejproduktivnější v prostředí o teplotě kolem 22 °C. Při teplotě 30 °C poté produktivita klesá zhruba o 9 %.

Teambuilding ještě před dovolenou

Letní měsíce jsou velmi vhodné zejména pro teambuildingové aktivity či firemní soutěže a turnaje, které zaměstnancům poskytnou odreagování od všedních pracovních dní. „Pro teambuilding je v tomto směru ideální zejména období končícího školního roku. Pracovníci se patřičně odreagují a nesměřují své myšlenky pouze k blížící se letní dovolené. Vhodné je také zapojení jejich rodin, proto vždy na začátku června pořádáme takzvaný Den rodiny, kdy potomky zaměstnanců provázíme výrobou závodu,“ řekl Jiří Prášil mladší. Podle něj je přitom vhodné zejména u velkých firem správně pracovat s jednotlivými týmy zaměstnanců. „Pokud má firma několik stovek zaměstnanců, je často lepší utužit kolektiv jen v rámci menších týmů. Existují však i způsoby, jak zapojit všechny pracovníky například firmou. Například turistické či cyklo výlety,“ doplnil.

Flexibilnější pracovní doba i vitamin D ze slunce

A jak se dále postarat o to, aby produktivita a motivace zaměstnanců přes léto nestagnovala a neklesala? Ideální volbou je rozšířit možnosti pracovní flexibility. Umožňuje-li to povaha vykonávané práce, znamená to zejména možnost více pracovat z domu či přijít do práce tak, aby se člověk vyhnul největším horším. Dobrou motivací na léto je také možnost posouvání směn, aby se zaměstnanci mohli se svými partnery podělit o péči o děti, které mají letní prázdniny.

Pokud není možné upravit časovou flexibilitu práce, mohou firmy vyzkoušet alespoň prostorovou flexibilitu. Sem lze zařadit například

hladinu serotoninu, hormonu štěstí, což ovlivní nejen jejich spokojenost, ale i výkonnost.

Speciální odměny během dovolených

Tím hlavním faktorem, který pracovníkům přes léto pomůže udržet si produktivitu a motivaci, ovšem i nadále zůstává řádná dovolená. Potvrzují to i odborníci, poukazují přitom zejména na zvyšující se množství stresu, kterému zaměstnanci v práci musejí čelit. Jedním z hlavních negativních faktorů působících na pracovní tým přitom může být množství dovolených jiných kolegů. Je proto dobré zavést vhodný systém benefitů při splnění úkolů i během prázdninového provozu. „Důležitá je zejména správná motivace. Například v případě výroby využíváme speciálních nefinančních odměn za včasné realizované zakázky. Zaměstnanci jsou tak motivováni i v létě, pokud výroba v omezenějším režimu stále funguje,“ uvedl Jiří Prášil mladší.

Rodina na pracovišti jako podceňovaný benefit

Klíčem pro správné fungování firmy i v horších letních měsících je také nastavení příjemných podmínek na pracovišti. Společnosti tak čím dál častěji klimatizují své kancelářské prostory nebo slevují z požadavků na dress code. Pro zaměstnance, kteří musejí pracovat v těžších podmínkách – například na přímém slunci nebo u teple vydávajících zařízení, jako jsou různé svářečky či pece – pak přímo zákon nařizuje pravidelné placené bezpečnostní přestávky. Ty jsou povinné též u fyzicky náročných prací, pokud teplota překročí 36 °C. Zákon dále zaměstnavatele zavazuje, aby pracovníkům při teplotách nad 34 °C poskytl takzvané ochranné nápoje, nejčastěji v podobě slabě mineralizované vody. Na některých pracovištích mohou zaměstnanci při vyšších teplotách dostat též chladicí ručníky, zmrzlinu nebo zkrátka jen častěji využívat ochlazovacích přestávek. Často podceňovaným, nicméně podle odborníků velmi cenným aspektem z hlediska správné motivace zaměstnanců, je rovněž složení pracovního kolektivu. „Velkou výhodou je přítomnost rodinných příslušníků přímo na pracovišti. Sami to vidíme v naší dlouholeté praxi, kde si zkušenosti předávají jednotliví členové rodiny z generace na generaci. Právě tento faktor umožňuje udržovat na pracovišti pohodu, a tím pádem i dostatečně motivovaný tým. Platí to přitom nejen pro letní měsíce, ale prakticky pro celý rok,“ uzavřel výkonný ředitel ZKL.

(tz)



možnost práce na terasách, balkonech či přímo venku pod slunečníky. Pobyt venku na čerstvém vzduchu a slunci podpoří psychickou pohodu pracovníků. Stejně tak mohou venku probíhat třeba porady a samozřejmě rovněž přestávky. Díky vystavení se slunečním paprskům si lidé doplní vitamin D, který jim zvedne

Odpočinek snů ve čtyřech hvězdách

Slunce je magické. Milujeme ho, hlavně o dovolené, když se jedeme koupat k moři, když sjíždíme řeku nebo se jen tak poflákujeme na břehu rybníka. Potřebujeme ho, i když se před ním nakonec schováváme pod lípu nebo ořešák. Prostě k létu patří a stejně tak k naší dobré náladě. Když pěkně svítí, tak si odpočineme, máme radost. Možná i proto, ač nevědomky, k vodě rádi jezdíme, a pro mnohé je to stále jediná varianta letních prázdnin. Tělo vystavené slunečnímu láskování protáhneme a zároveň mu dopřejeme účelné lenošení.



Zdánlivý stereotyp, na druhé straně kýžená nutnost, která nám dodá sil a vitality zvládnout vše, o čem jsme ještě včera, když zrovna pršelo, dlouze pochybovali. A tak jestli máte pocit, že se potřebujete dokonale zbavit stresu, ukrýt se do anonymity hotelu, a přesto být jako doma, prospat se na pláži, projet se s ostatními hosty jednou ze čtyřky výletních lodí společnosti Regata Máchovo jezero po Mácháči, dobře se najíst a vyspat, zakotvíte v hotelu Port. Čtyřhvězda jako stálice cestovního ruchu vám vždy nabídne pohostinnou náruč a nevtíravou péči. Patří společnosti Regata Čechy a v oboru domácího cestovního ruchu získala jedinečné postavení. Návštěvníci jsou tady totiž spokojeni. Jezdí sem celebrity, moderátoři, vtipálkové, novináři, senioři, hlavně však rodiny s dětmi přes léto, a v chladnějších měsících prostory využívají firmy k nejrozmanitějším setkáním. Vlastně je tu stále plno, ale nepřelidněno, prostě tak nějak akorát. V klidu si tu dáte limonádu mezi řečí nebo si přečtete knížku až do konce.

A na lodi? Vždy milá chvíle, kterou stojí za to prožít. Jen tak pozorovat mráčky v zrcadle vodní hladiny a nerozlišovat, co je voda a co je nebe. Mít oči zavřené i otevřené a duši obrácenou do sebe. Myslet na všechno a na nic. Oddávat se vánku, který hladí tvář. Mávat imaginárními pohyby paže všem, na koho v dobrém člověk vzpomene. Projížďka po Máchově jezeře nedá zapomenout na dávné lásky na břehu, tajné rande, hlouposti, které k životu patří, i marnivost okamžiků. Mělo by smysl si to zopakovat? Na to už nikdo z nás neodpoví. Každá minuta má svou neopakovatelnou časomíru, nedá se napodobit, vrátit, natož násobit. Radujeme se z přítomnosti, z toho všeho, co můžeme vidět, pokud chceme.

A až máme vody dost a svetr večer padá z ramen, vracíme se do čistounkého pokoje a padáme do bělostných polštářů. Znova otvíráme knížku dne a listujeme, odbíháme od jedné kapitoly k jiné, dychtivě hledáme obsah na přeskáčku, protože chceme znát konec příběhu, aniž si vychutnáme celý děj. Už zase pomyslně spěcháme, protože noc je krátká. I v srpnu se

brzy rozednívá, i když už nepatrně fouká ze strniště. V pozdním večeru vyhlížíme na balkonku ráno, protože víme, že je moudřejší večera.

Do hotelu se nemusí jezdit vždycky s partou rozesmátých přátel. Někdy chce být člověk sám, aby vstřelil vše, co rok přinesl či odnesl. I když – sám: v jakém slova smyslu? Možná fyzicky, ale s myšlenkami bohatými na všechny rodinné blízké i přátele, kolegy, známé. Ale občas se nikomu nechce mluvit, odpovídat, bavit ostatní. Občas potřebuje vypít v baru skleničku na zahřátí nebo šálek kávy jen pro její černou chuť. Zaměst stopy po starostech ve vířivce nebo poklábosit s náhodným hráčem kuzelek.

K tomu je hotel Port jako stvořený. Servíruje obezřetně pocit soukromí, pokud je toho třeba. Nabízí rozptýlení, když se po něm poptáte. Půjčíte si kolo a proženete svaly cyklostezkami, které okolí Doks nabízí dostatek. Pokocháte se udržovanými vilami i zahrádkami rodinných domků, nádhernými hortenziemi, jimž se tu daří nevidaně. Máte, co jste chtěli. Odpočinek snů.

Eva Brixí



foto Kateřina Šimková

Koncept udržitelnosti píše své nové příběhy

Jak říkám, zdravá výživa je i o tom dát si jednou za čas buček a užít si to, zažertoval Vojtěch Havránek, jednatel společnosti TITBIT, s.r.o., která se proslavila před lety svými zeleninovými saláty, jež dodávala do řady obchodních řetězců. Ale jak šel čas, strategie firmy se měnila. Značku a know-how na ojedinělé salátové receptury prodal TITBIT jinému zájemci. Nicméně nadále se věnuje zásobování českých odběratelů zejména exotickým ovocem a zeleninou. A šíře záběru je ještě rozmanitější. Vedle exotického ovoce a zeleniny obsahuje sortiment rovněž lahůdkovou zeleninu, čerstvé bylinky a čerstvé koření, podnik zřídil speciální nabídku chilli, rozšířil program pro gastro. Nejnovějším konceptem je ten nazvaný Beze zbytku, který právě firma rozpracovává do praktické podoby a hledá takřkajíc spojení, s nímž by tento směr rozvíjela jako myšlenku udržitelnosti ve snaze zužítkovat vše, co se dnes zbytečně likviduje jako odpad jen proto, že jsou plody třeba příliš malé nebo mají jiný tvar na rozdíl od toho předepsaného. Jak to všechno bylo, je a bude, o tom jsem hovořila právě s Vojtěchem Havránkem:



Vojtěch Havránek

Proč jste vstoupil do podnikání?

Firmu jsme iniciovali s mojí dnešní manželkou Martinou Procházkovou v době, kdy jsme odcházeli z jednoho ministerstva, protože se nám zdála naše práce příliš stereotypní a ne-

naplňovala naše touhy po dobrodružství. Byli jsme poněkud mladší než dnes, chtěli jsme poznávat svět, cestovat, ochutnávat místní speciality, učit se, chtěli jsme jít vlastní cestou. Chtěli jsme dělat něco, co by nás bavilo více než úřednickina, kde bychom viděli výsledky

i jinými očima než prostřednictvím papíru a počítače. Přemýšleli jsme, že si založíme cestovku, pak to vyhrály bylinky pěstované v květináči. Náš tehdejší třetí společník měl zkušenosti s jejich pěstováním a s provozem skleníků v zahraničí, měli jsme kontakty na lidi, kteří této specializaci rozuměli. A tak jsme rozjeli výrobu i prodej. První dodávka putovala do Kauflandu jen tak na zkoušku, zboží se okamžitě vyprodalo a my jsme měli dodat co nejrychleji další. Byla to výzva, tenkrát nikdo bylinky v květináčích nedělal, a když si vzpomenu, jak jsem tramvají vzlal první bedýnky...

A pak?

Hodně jsme cestovali a vždy, když jsme se vrátili domů, tak nám bylo líto, že si nemůžeme vařit z těch ingrediencí, které jsme měli k dispozici v daleké cizině. A tušili jsme, že by o ně mělo zájem více lidí než jen my dva. Měli jsme dobré kontakty, a tak slovo dalo slovo a začali jsme dovážet, hlavně ovoce. Bylinek jsme se přitom nevzdali. Jedeme je stále, tehdy to bylo asi šest druhů, dnes je jich samozřejmě více. Najdete nás takřka ve všech obchodních řetězcích, dodáváme do horeca segmentu, do restaurací. Dříve jsme měli řadu partnerů se skleníky lokálně, dnes bylinky dovážíme z německých skleníků, kde mají úžasnou technologii. I když návrat k místní produkci opět připravujeme...

Co následovalo?

Exotické ovoce i zelenina podléhá velmi přísným měřítkům na prodej v řetězcích. Nejednou něco zbylo, neprodali jsme. Obchod odmitl převzít, protože zboží nesplňovalo všechny nadměrně kritické požadavky. Vyhodit to a nechat shnít? To se nám přičilo. Plýtvat nás nebavilo. Vymýšleli jsme uzavřený cyklus dovozu a zužitkování potravin. Založili jsme e-shop, rozjeli zmiňované čerstvé saláty, zkoušeli výrobu jídel, s partnery se snažili o výrobu různých marmelád nebo past, rozjeli gastro divizi. Ne vše se dařilo podle představ, v něčem jsme předběhli dobu, některé projekty jsme ukončili. Na určité naše nápady nebyla ještě celospolečenská poptávka připravena. I prodávat čerstvé saláty s výtečnými dressingy, pečeným masem, různými ingrediencemi a z kvalitních surovin bylo z počátku velmi náročné. Jednak řetězce nebyly na tento sortiment nachystané, jednak životní styl lidí nepodléhal tolik módním trendům zdravé výživy jako v současnosti. Když jsme salátovou divizi pořádně vybudovali a stali se jedničkou na trhu, přišel zájemce, který ji odkoupil.

Dnes tedy stále dovážíte luxusní čerstvé ovoce ze všech koutů světa, ale také se zabýváte zpracováváním produktů, které vám či někomu jinému zbydou. Je to tak?

V principu ano. Pořídili jsme prvotřídní dozrávárný na mango a avokádo, máme s takovými komorami poměrně dost zkušeností, můžeme tudíž nabídnout plody v prvotřídní kvalitě. V tomto směru bychom chtěli být jedničkou na našem trhu.

A po diskuzích a úvahách jsme nakonec založili divizi nazvanou Beze zbytku. To znamená, že z toho, co se neprodá, i dále připravujeme džemy, marmelády, chutney, omáčky. Zatím, protože jde vždy o obsah podřízený druhu ovoce či zeleniny, ne vždy zbyde stejný druh, je i naše výroba velmi proměnlivá a nechrlíme toho tuny, abychom se dokázali zalistovat v řetězcích. Spíše tento sortiment nabízíme jako firemní dárek, tři skleničky v krabičce s pěkným designem jako doplněk určité nabídky. Najednou někde zbyde 200 kilo rajčat a vy přemýšlíte co s tím. Někdy stačí i to, že cherry rajčátka opadají z větvíčky a už jsou neprodejná. Musí se tedy využít jinak. A to nás začalo bavit. Trochu si hrajeme, zkoušíme, a nalézáme ty správné chutě.

Budete v tomto ohledu výrobu přece jen zvyšovat?

Určitě bychom si to přáli. Když vidíme, kolik ovoce nebo zeleniny stále ještě tu či onde přichází nazmar, je nám to líto. Planeta má také jisté kapacitní možnosti, a to by měl člověk respektovat. A když už se někde něco urodí, vypěstuje, mělo by to sloužit k užítku, tudíž k jídlu. Ne aby se to vyhazovalo. Když si uvědomíte, kolik je za tím lidské práce, času, energie, vody... Nyní přemýšlíme, jak to uchopit marketingově a jak získat k propagaci takové myšlenky partáky.

Zatím máme sedm stabilních produktů, třeba Českou chuťovkou oceněné cibulové chutney nebo třeba harissa či mangové chutney, a potom máme nárazové produkty pod značkou



foto Kateřina Šimková

Dobrá sezóna. Patří tam fíkové chutney, ostružinový džem a řada dalších dobrot, které dokážou zpestřit grilování, oběd, svačinu.

Jak jste se dostali k divizi Chilli?

Velmi jednoduše. Měl jsem rád ostrá jídla, pálivá. Chtěli jsme, aby rozmanité papričky byly dostupné všem gurmánům. A tak jsme to zkusili a vyšlo to.

S řezanými bylinkami to bylo asi trochu jinak...

Když už jsme vozili hrnkové, uvědomili jsme si, že bychom mohli nabídnout i řezané, a to k přípravě čajů nebo jako koření třeba do omáček. Podařilo se to. Přidali jsme i jedlé květy.

Nemáte z toho někdy vrásky na čele?

Ty mám pořád! Souhlasím s vámi, obchodovat s čerstvým ovocem a zeleninou je velké riziko.

Jde nám o to toto riziko snížit a prosadit cestu, jak zpracovat vše, co se na trhu jako čerstvé neuplatní. Věříme však, že se výroba i prodej na základě koncepce Beze zbytku rozjede, a že další subjekty zjistí, že by se do něj mohly tu a tam zařadit. Že budeme dělat užitečné věci s jasně definovaným cílem: neplýtvat zdroji. Domníváme se také, že cesta speciálních projektů teprve v České republice začíná. My bychom některé rádi uvedli do života třeba s obchodními řetězci.

Už čtyřikrát jste se objevili v soutěži Česká chuťovka, letos jste uspěli v soutěži Marketér roku. Ověřili jste si, že vaše plány s poptávkou spotřebitelů souzní. Zkusíte své štěstí v České chuťovce znovu?

Letos určitě ano. Je to zajímavé setkání českých výrobců potravin, kde se člověk nejen hodně doví, ale seznámí se i se spoustou zajímavých osobností, je to příležitost k výměně zkušeností, k inspiraci.

Jste ctižádostivá firma. Co vás čeká v nejbližší době?

Rádi bychom se profilovali jako firma s příběhem, která posouvá možnosti české gastronomie i jednotlivých spotřebitelů. Chtěli bychom rozvíjet koncept udržitelnosti a dokázat, že to, co je neprodejné, vůbec není špatné a dá se zpracovat na nejrůznější pochoutky, třeba jako naše chutney.

Má česká gastronomie ještě rezervy ve využívání bylinek, zeleniny a ovoce?

Osobně si myslím, že ano. Ale jsem snad ještě normální, a tak vím, že nic se nemá přehánět. Ani s bylinami, ani s ovocem. Spíše přemýšlím nad tím, jak vše, co má být využito, využít bez zbytku. Odtud ostatně i ten název.

ptala se Eva Brixí



Neoblékáme jen řemeslníky, zajímavá je pro nás také logistika


PROFÍ ODĚVY.cz

Jana a Martin Erbovi jsou jednatelem společnosti AC-T servis, spol. s r.o. Tu kdysi založili takřka v garáži, když se rozhodli prodávat kliky a dveřní kování rozmanitých

výrobci jak řemeslníkům, tak třeba do obchodních řetězců, architektonickým studiím a dalším subjektům. Zkušenosti s řemeslníky tedy měli, a postupem času zjišťovali, co právě těmto profesím na českém trhu chybí. Byly to kvalitní pracovní oděvy a obuv. A tak před deseti lety vstoupili v podnikání na zcela novou půdu – maloobchodní prodej vysoce jakostního oblečení pro řemeslníky i další profesionály v rozličných oborech. Začali budovat obchodní síť PROFÍ ODĚVY. Český trh znají víc než dobře, získali řadu ocenění, například Ing. Jana Erbová se významně umístila v soutěži Ocenění českých podnikatelek, mají nepochybnitelné renomé. Oděvy pro profíky dokážou prezentovat i nabízet s noblesou, a získávají tak další a další příznivce, věrnou klientelu, a to nejen jednotlivce, kteří se do prodeje nebo e-shopu vrací, ale také významné firmy, které nakupují ve velkém. Existují ještě další oblasti, kam by se dalo se sortimentem švédských značek, které prodávají, zaměřit? Na to jsme se jich ptali v rozhovoru.

by firma pro zaměstnance vynaložila třeba na zmiňované kalhoty nevalné kvality, zjistíte, že je to pro ni skutečně neekonomické. Ukáže se, že během těch dvou let se vyšplhají náklady na toto vybavení do výše maloobchodní ceny našich produktů a větší. Zahrneme-li do toho také čas strávený nákupem, kontrolou dodávky zboží, pak je takové chování ekonomicky neoptimální. Nehledě na rozdíl v produktivitě lidí, která je dána právě pohodlím.

Jaké překážky do vhodného pracovního odívání u nás stále zasahují?

V naší zemi je pořád zakotveno, ať již mezi širokou veřejností, nebo v řadě firem, že i s málem se dá vyjít. Češi si bývali zvyklí vystačit s tím, co zrovna bylo. To je bohužel historická danost. Možnosti dnešního trhu s pracovními oděvy jsou ale někde úplně jinde. A troufne-li si říci, že výrazně jsme do něj zasáhli i my s obchodní sítí PROFÍ ODĚVY. Své zákazníky jsme totiž naučili jednu podstatnou věc, díky které se k nám rádi vrací. Zjistili, co je to opravdu špičková kvalita, kterou reprezentují výrobky naší prodáváných značek: Snickers Workwear a Dunderdon či Pfanner, Solid Gear, Toe Guard a Hultafors. Tyto pozitivní zkušenosti mezi sebou sdílejí. A to je vůbec nejlepší reference, jakou si můžeme přát. Meziročně jsme zaznamenali 20% růst v prodeji. To je pro nás jasným signálem, že lidé jsou kvalitě otevření, jakmile se přesvědčí na základě vlastní praxe. Díky dobré kondici hospodářství jsou ochotni si za ni připlatit a jsou se svou koupí a naším bohatým servisem spokojeni. Ostatně i servis je prvkem kvality, je to naše velká přidaná hodnota – v oblasti pracovního oděvu klienty obsluhujeme od A do Z. Navrhujeme řešení na klíč, zohledníme rozpočet, poradíme si s nestandardními velikostmi, zajistíme aplikaci log na oděvy. A lidé z firmy s tím stráví obvykle v součtu několik málo hodin. To je vše.



Martin Erba a Ing. Jana Erbová

Co je cílem značky PROFÍ ODĚVY? Jak by měla ovlivnit vnímání a preference českých zákazníků z řad firem?

Jednoznačně sem patří, mimo snahy nabídnout tyto oděvy dalším zájemcům, šíření povědomí o kvalitě v oblasti pracovního odívání. Vidíme, že český trh to potřebuje. A proč je dobré mít při práci určitý komfort a skvěle se cítit. O čem to je? O pohodlí, vynikajícím střihu, aby oděv seděl jak ulitý. U některých kalhot je zákazníkům k dispozici až 70 velikostí. Do sortimentu patří také prodloužené, a dokonce dvakrát prodloužené modely. Obléknu

se u nás samozřejmě i ženy, ať už jsou velmi štíhlé, nebo mají postavu slovanského tvaru. Měníme názor na pohodu, kterou by měl člověk při práci cítit. Dalším aspektem prvotní jakosti je použití nejlepších dostupných materiálů, jež se vyznačují trvanlivostí. Tak svým způsobem svým klientům předáváme myšlenku udržitelnosti, neplýtvání, redukce odpadu. Obuv, kalhoty, bundy – to vše by mělo při pracovním zatížení na stavbě, ve skladě, při denní údržbě zeleně vydržet zaměstnanci dva roky. Zcela funkční. To znamená, že není třeba každé dva nebo tři měsíce investovat do nových věcí. Když navíc sečtete prostředky, které

Určitě jsou odvětví, kam byste ještě rádi pronikli, kde nabídku značky PROFÍ ODĚVY ještě tolik neznají...

Naši výrobci mysleli také na ty obory, ve kterých, i přes sílící tlaky na automatizaci a internet věcí, je po lidech neustálý hlad. Jde o logistiku, spedici, doručovací služby nebo dopravu obecně, včetně hromadné přepravy osob. To znamená, že se u nás může obléct skladník, pracovník příjmu zboží i expedice, strojvedoucí, řidič kamionu nebo autobusu, pošťák nebo kurýr a další. Snickers Workwear pro ně vytvořil řadu Service a také rozsáhlou



paletu reflexních oděvů. Počítalo se s tím, že tito lidé potřebují při své práci maximální komfort, reprezentativní vzhled, ale zátěž kladená na oděvy a obuv nejspíš nebude tak vysoká jako například v betonárně nebo během stavebních prací. Tam, kde vysoká je, lze si vybrat samozřejmě něco jiného. Vždy je dobré prokonzultovat, zda se ty které výrobky hodí pro zamýšlený účel. Od toho jsou zde naši specialisté, ať už v prodejnách, nebo jako obchodní zástupci orientující se se na střední a větší firemní zákazníky. Ti mají také určité požadavky na viditelnost zaměstnanců – i zde jsme schopni pokrýt potřeby firem na sto procent, protože jsou v našem sortimentu dostupné všechny třídy reflexních oděvů.

Logistika je odvětví, kde lidé dramaticky chybí. Hledá se zde lék na produktivitu i loajalitu. Mají firmy zájem své pracovníky kvalitně oblékat?

Ano, mají, tento trend se projevuje hodně v zahraničí, kde naši výrobci oblékají například jednu z velkých aerolinek. My zase oblékáme v republice dopravně logistický konglomerát. Jsou to pro nás velmi cenné zkušenosti. Pozorujeme ale, že firmy jsou ve vynakládání financí na vybavení zaměstnanců, jde-li o oděvy, obuv a bezpečnostní prvky, poměrně

opatrné. Nikdy v historii jsme totiž nezažívali tak obrovskou fluktuaci zaměstnanců jako nyní. To enormně zvyšuje veškeré náklady. Častá je také praxe, že firma si chová velmi omezený počet skutečných, kmenových zaměstnanců, a zbytek pracovních sil saturuje prostřednictvím najímaných lidí z agentur. Motivace společnosti investovat do těchto lidí je omezená. Stává se však, že nás pracovníci z logistiky vyhledávají jako jednotlivci a rozhodnou se pořídit si pro sebe opravdu pohodlné vybavení. Začnou například obuv a pokračují kalhotami. I to by pro firmy mohl být určitý impuls, aby své uvažování přehodnotily a začaly zvažovat to, o čem tu skutečně jde: ochranu zdraví při práci, produktivitu a předcházení nepříjemnostem spojeným s úrazy.

Nemyslíte na úrazy a jiná nebezpečí až příliš?

Je to statistika – téměř každého manuálně pracujícího postihne v životě alespoň jednou pracovní úraz. Nejčastěji jde o ty drobnější na ruku, pohmožděniny, zlomeniny, oděrky. Ale ruce jsou v těchto oborech zcela zásadními nástroji výkonnosti i komunikace. Dále jde o náklady spojené s nemocenskou a pojištěním. Pokud nejsou dodrženy záležitosti související s prací dle předpisů, včetně oblečení, po-

jišťovny odmítají plnění ve smluvně uvedené výši, a to by zaměstnavatelé měli brát v potaz. A soudní pře nejsou nejpríjemnějším řešením. Nehledě na to, že jde též v takových případech o rozměr lidský. Delší neschopnost může mít velký vliv na psychickou kondici, pracovní návyky, sociální život a celkovou životní spokojenost. Do firmy se zkrátka nemusí vrátit dobře naladěný Tomáš, který skvěle zvládal zadané úkoly, ale člověk deprimovaný, apatický a neschopný se s novou situací vyrovnat. Takže si myslíme, že vhodný a kvalitní pracovní oděv, obuv, a případně nářadí, které rovněž prodáváme, mají dnes už zcela sofistikované poslání – od vytvoření pohody při práci až po sociální rozměr sahající k loajalitě pracovníka.

Kde všude se dají pracovní oděvy jmenovaných značek koupit?

Jsou to naše čtyři kamenné prodejny – v Praze, Brně, Českých Budějovicích a Ostravě, a také inovovaný e-shop. Doporučujeme nejprve zajít do prodejny, seznámit se osobně s příslušným sortimentem a pak už nakupovat online. Pro velké odběratele je nejjednodušší domluvit se s našimi obchodními zástupci, kteří poskytnou informace přímo ve firmě...

připravila Kateřina Šimková

Česká hospoda s chutí a houstičkami jako sen

Takové housky umí upéct jen Václav Frič, šéfkuchař a majitel české hospody Na Pekárně v Čakovickách kousek od Neratovic. Nebo kousek od Prahy, jak se to vezme. Dostala jsem je s kolegou ke gulášovce z kance. Bylo horko, snědla jsem jen jednu, a to mi bylo líto. Ta jeho houska, to byl zázrak, sametové sousto, cosi, po čem člověčí žaludek volá a děkuje za ně. Je to jako poezie z pole a mlýna, poezie vztahu i výsledek snahy nabídnout hostům to, zač se zkušený hospodský nikdy nebude muset stydět. Samozřejmě, pivečko do stínu a něco k zakousnutí, to všechno ano, ale ty houstičky... Celý život bych nemusela snídat nic jiného. Avšak k věci: hospoda Na Pekárně letos vstoupila do projektu Czech Specials, tedy nese certifikaci, již dostávají výjimečné podniky u nás za to, že v jídelním lístku drží tradiční česká jídla a že jsou to centra, jež dokážou reprezentovat český cestovní ruch náležitě a s patřičným sebevědomím i před zahraničními turisty. A Václav Frič patří ke špičce českých šéfkuchařů, jejichž stopa naši kuchyni proslavila v mnoha špičkových restauracích vytříbenou chutí:



Václav Frič

Hospoda patří vám? Se vším všudy?

Ano. Objekt jsem koupil před pár lety na hypotéku, letos jsem tady s rodinou už osmým rokem. Rozhodl jsem se bydlet, podnikat a pracovat v jednom místě, už mě nebavilo dojíždět do Prahy. Tady mám svůj klid, své starosti, své štamgasty. A je pravdou, že těch, co se vracejí, přibývá. Zvykli si, a snad se i těší, že se u nás dobře nají. Více a častěji sem jezdí i skupiny k posezení z nejrůznějších koutů Čech i z metropole. Asi tu lidem opravdu chutná...

Proč by nechutnalo? Najít klasickou českou hospodu, kde se člověk dobře cítí tak akorát a může si dát pěknou porci dobrého gulášku, řízek s bramborem nebo jahodové knedlíky, není vždy úplně jednoduché...

Já mám českou kuchyni rád. Je vynikající. Neznám lepší. A není nezdravá. A je taky o zážitku.

Co připravujete nejraději?

Asi kachnu se zelím a knedlíkem. Tu si dám také nejraději. Mám ji na jídelním lístku i v létě. Tím nezklamete ani neurazíte. Je to klasika, potěší oko, srdce i zažívání. Od věci není svíčková, koprovka, ledvinky.

A alkohol? Máte favorita?

Mám. Rumy. Rozlévám z 86 druhů. A těžko určit, který je nejlepší.

Fandíte i českým bezmasým pokrmům?

Ano, ale vařím raději ty z masa. Většina hostů objednává maso. Bylo by škoda nevyhovět. Na podzim samozřejmě smažíme bramboráky nebo kolem svatého Martina pečeme koláče. Ale jelikož většinu stravníků tvoří chlapi, tak má maso přednost.

Také kůzleči?

Kolem Velikonoc ano. Míváme kůzle s nádivkou. V zimě zase zabíjačkové speciality, škvarkovou pomazánku a tak. Pečeme si každý den i vlastní kváskový pšenično-žitný chleba, a také své vlastní housky, které podáváme hlavně k polévce.

Může si u vás zájemce občas pár housek nebo bochník chleba koupit? Třeba náhodný turista, který přijde na večeri, nebo místní labužník?

Určitě ano, jen tak pro chuť, nepečeme ve velkém, musím mít především pro zákazníky, kteří se ke mně přišli najíst, ale problém to není. Jsem rád, když se trefím do vkusu. Také se to tady jmenuje Na Pekárně, v domě je totiž opravdu původní pekárna, topí se tam dřevem, a já ji zase zprovoznil.

Kdy je tu nejvíce plno?

V týdnu sem chlapi chodí na oběd, běžná klientela na večere. Více zájemců přijde o víkendu, když se lidem nechce doma vařit nebo na to nemají čas. Míváme tu i dost svateb, různých rodinných oslav, obědy u příležitosti promoce, party přátel i sešlost příbuzných po pohřbu. V pondělí a úterý je zavřeno, dva dny na odpočinek musíme mít, personál i já, je to potřeba. Na začátku léta míváme dovolenou, a pak jedeme celé prázdniny až do Vánoc.

Oblíbili si toto místo také firemní zákazníci? Pořádají tu svá setkání, večírky či veselá odpoledne?

Už se to stává tradicí. Snažím se vždy nabídnout to, co má smysl. Vyjdu vstříc, aby se dobře vzpomínalo. Jediné, co nedělám, je cukrařina. Oblíbená jsou meníčka na určité téma spojená s degustací a samozřejmě s dobrou náladou. Tu špatnou tady nepodporujeme.

Všimla jsem si, že čepujete své vlastní pivo...

To bylo tak. Jednou jsem potkal pána z Chotěboře, slovo dalo slovo, no a v chotěbořském pivovaru pro naši hospodu vyrábějí dvanáctku, která se čepuje jen a jen u nás. Mám i své půllitky a podtácky... Fričova dvanáctka je speciálka, jinde ji nenajdete. V horku přijde vhod.

Rád vymýšlíte, čím pobyt hostům zpestřit a o originální nápady nemáte nouzi. Soudím tak podle výzdoby keramikou na míru. Je to tak?

Mám partnerskou keramickou dílnu Hrnčířský dvůr Zvířetice od Bakova nad Jizerou. Používám jejich hrnečky na přibory, na sůl a pepř, označení vstupu do kuchyně, na toalety, prostě společně jsme si trochu vyhráli.

Kolik vás tu vlastně pracuje?

Já jsem s kolegou v kuchyni, obsluhuje jeden číšník, pomáhají brigádníci. V hospodě je dů-



ležité, aby měl kdo mýt nádobí, bez toho jste ztraceni. K dispozici máme 45 židlí, ale když je potřeba, vejde se sem i dvojnásobek lidí. Denně vydáme 60–70 obědů.

Mají u vás šanci místní farmáři a potravináři?

Mátu si pěstujeme sami. Chléb a housky si upečeme, jak jste viděla. Jídelníček je sezonní. Od září zvěřina, husička, paštiky, na jaře nádivky, berani, chřest. Pro maso si jezdím na Vysočinu, zelinářku mám v Neratovicích.

Odhadnete, čeho servírujete nejvíc?

Je to kanec na šípkové omáčce. Řízek taky nikdy nezklame. Ke kachně dělám knedlík houskový, karlovarský, bramborový. Poctivý. Ku-

chař by si měl vařit knedlíky sám. Když je dost švestek, vyrábím povidla.

Co s tím, co zbyde?

Nezbývá nic.

Prodělal jste někdy?

Zatím ne.

Možná proto, že se rád smějete a hosty se snažíte přimět k veselí, neřešíte hlouposti...

Život je od toho, aby se žil, ne abych se trápil. A veselo by mělo být! Do smutné hospody by sotva kdo přišel.

ptala se Eva Brixí



Pokud neodpočíváte během roku, dovolená vás nespasí

Bohulibý vliv dovolené na stav zaměstnance trvá pouhý týden po návratu, pracovní povinnosti a stres z pracovního prostředí „vymažou“ pozitivní pocity štěstí rychleji, než byste očekávali. I když vzpomínky z odpočinku mohou přetrvávat až šest měsíců a posílit odolnost psychiky vůči stresu dlouhodobě, pokud se soustavně přetěžujete a nedokážete vypnout během roku, jedna letní dovolená vás nespasí. Vyplývá to z analýzy vědeckých studií provedené společností Stanton Chase, která se zabývá vyhledáváním vrcholových manažerů (Executive Search).



foto Kateřina Šimková

„Přepřacovanost může vést ke zdravotním problémům, ale pokud jste workoholik, jedna – byť dlouhá – dovolená vás nespasí,“ potvrdil Jozef Papp, Managing Partner společnosti Stanton Chase. Přepřacovanost má neblahé účinky na zdraví i produktivitu práce. Lidé, kteří pracují více než 55 hodin týdně, což se týká hlavně manažerů, mají o třetinu větší šanci, že je postihne mrtvice, a o 13 % větší šanci, že dostanou infarkt, než lidé pracující o 15 hodin týdně méně. U dělnických profesí studie odhalily prudký propad v produktivitě práce, pokud lidé pracují více než 48 hodin týdně, u profesí pracujících hlavou tento pokles v produktivitě přichází dříve a rychleji.

„Tělo i mozek potřebují regenerovat, a pokud k tomu nemají příležitost, množství neuronových spojení, produkujících v mozku pocity klidu, jsou slabší. Tím obtížnější je následně vypnout,“ vysvětlil Marek Navrátil, partner a psycholog společnosti Stanton Chase. Podle výzkumů je však bezprostřední efekt dovolené krátkodobý. Vyčerpání nebo vyhořelí lidé se vrátili do před-dovolenkového stavu již za jeden až čtyři týdny po návratu z dovolené. Nicméně vzpomínky na dovolenkové prožitky mohou fungovat jako nárazník proti budoucímu stresu. Dovolená též pomáhá lidem distancovat se od denních starostí a pohlédnout na život a kariéru z jiné perspektivy.

Příznivý efekt může mít už samotné očekávání dovolené. Výzkum provedený v Nizozemsku prokázal, že plánování a těšení se na dovolenou činí lidi šťastnější. To má však důležitý předpoklad: objem práce nesmí kulminovat těsně před dovolenou a ani se nesmíte vrátit do extrémně náročného prostředí.

Také cestování do velmi odlišného prostředí, rychlá změna více časových pásem, která může narušit spánek, zvláště v případech, když již máte problémy se spaním, jsou faktory, kterých byste se měli při standardně dlouhé dovolené vyvarovat. „Ve skutečnosti může být dovolená někdy více stresující než pracovní rutina,“ uvedl Marek Navrátil. To potvrzuje i srovnání zaměstnanců v Evropě a ve Spojených státech, kde se dovoluňuje méně. Dovolená, nebo lépe řečeno odpočinek od práce, nemusí být dlouhý, ale musí být pravidelný a častý. „Již půlhodinový relax nebo meditace denně a schopnost vypnout e-maily v mobilním telefonu pomůžou dostat se do dlouhodobé dobré kondice,“ řekl Marek Navrátil. Krátká denní meditace uleví od stresu, pomůže zbavit se pocitů deprese a pomůže imunitnímu systému. Podle psychologů již 24 hodinový oddech od práce pomůže získat lepší životní perspektivu a lepší motivaci. Třídenní dovolená, třeba prodloužený víkend, zrychluje reakční časy.

Pravidelná dovolená a umění relaxovat i během roku přináší lepší zdraví: lidé žijí déle, mají zdravější srdce. Musí však jít ruku v ruce s dostatkem pohybu, nízkou hladinou cholesterolu a odepřením si cigaret a vysokých dávek alkoholu.

(tz)

Jak správně dovolenkovat podle Stanton Chase?

- 1** Těšte se! Plánujte dovolenou a těšte se na ni. Dovolenou prožijete lépe a její příznivé účinky přetrvávají déle.
- 2** Nepřetěžujte se kvůli dovolené. Práce před odjezdem na dovolenou jsou fúry: domácí úklid, dokončení pracovních úkolů, zajištění hlídání dětí nebo domácích mazlíčků. Nepřehánějte to.
- 3** Naplánujte si měkké přistání. Nemysleme výběr letu, ale zorganizujte si věci tak, aby návrat do denní rutiny proběhl hladce. Zdržte se příliš intenzivní práce doma i v zaměstnání hned po návratu z dovolené, nastupujte do špičkového výkonu pozvolna.
- 4** Plánujte přiměřený program. Skončit v práci v jedenáct večer a druhý den v šest vyrazit na náročnou horskou túru je cesta ke zranění, ne k odpočinku.
- 5** Připravte se na to, že něco nevyjde podle plánu. To dělá problémy hlavně narcistním povahám, dostávají se do stresu, protože nemají věci pod kontrolou. Smířte se s tím, že něco nevyjde, to se stává.
- 6** Odpojte se. Buďte během roku méně času u pracovního stolu a čas od času si vypněte e-mail. Případně si vypněte alespoň e-mailové aplikace v telefonu.

Nenadbíhejte zlodějům, přemýšlejte

Letní prázdniny jsou pro většinu Čechů obdobím cestování a řady sportovních aktivit dospělých i dětí. Vedle snížení rizika dopadu případných zranění, nemoci a dalších komplikací prostřednictvím cestovního pojištění se vyplatí věnovat pozornost i ochraně bytů a domů, které jsou během dovolených často vystaveny vyššímu riziku vloupání.

„Podle statistiky kriminality za rok 2018 zaregistrovala Policie ČR 2171 krádeží vloupáním do bytů a 2553 krádeží vloupáním do rodinných domků. Pachatelé přitom obvykle vyhledávají objekty, které jsou dočasně opuštěné. Čas letních dovolených, kdy se celé rodiny vydávají na tužemské i zahraniční cesty, často na několik týdnů, jsou z tohoto pohledu typickou rizikovou situací. Jenom Slavia pojišťovna poskytla loni plnění za takové pojistné události svým klientům v řádu statisíců korun,“ uvedl Jan Vlček, obchodní ředitel Slavia pojišťovny. Cestovní pojištění kryje řadu pojistných rizik, která hrozí jak při cestách do zahraničí, tak při výletech v rámci ČR. Kromě úrazů a nemoci jde například o zpoždění či zmeškání letu, opožděné dodání vašich zavazadel, jejich zničení živé-

ní událostí, poškození, zničení nebo odcizení. „Potenciálním rizikem je i vícedenní nepřítomnost obyvatel domu či bytu. Právě proto je krátkodobé pojištění domácnosti zařazeno do naší doplňkové nabídky cestovního pojištění,“ řekl Jan Vlček. Před odjezdem mimo byt či dům se doporučuje učinit některá praktická opatření, která mohou riziko vloupání významně snížit. Na svůj odjezd neupozorňujte zbytečně předem. Povězte o něm pouze těm, kterým důvěřujete. Vyvarujte se masivního sdílení informací o odjezdu na dovolenou na sociálních sítích. „Obecně platí, že je dobře být opatrný při šíření informací o vybavení vašeho bytu, o cenných uměleckých objektech, hodnotné elektronice a dalších cennostech, které se v něm nacházejí. Nejen před odjezdem na dovolenou,“ upozorňuje Jan Vlček. Prosté uzamknutí vchodových dveří bytu nebo domu na dva západy není dostatečnou prevencí. Zkontrolujte stav vchodových dveří a perfektní funkci zámku. Pozornost věnujte i stavu zárubní a jejich usazení do zdiva. Nezapomeňte pečlivě uzavřít všechna okna, mít v pořádku bezpečnostní žaluzie, mříže a okenice. V případě rodinného domu pečlivě zkontrolujte jeho okolí. Nenechávejte zde žebříky a jiné nástroje, které by pachatel mohl použít ke vloupání. Přerušte dodávku poštovních zásilek,

anebo si zajistěte pravidelné vybírání schránky spořehlivou osobou. Hromadící se pošta upozorňuje na vaši nepřítomnost. Nenechávejte zatažené závěsy či žaluzie. Požádejte známého, aby vám chodil byt pravidelně kontrolovat. Na trhu jsou dostupná i elektronická spínací zařízení, která lze nastavit tak, aby v určeném čase rozsvítila v domě či bytě světla, zapnula televizi a podobně. Případný pachatel může získat dojem, že váš byt nebo dům není vhodným terčem jeho útoku. K tomu může dopomoci tzv. virtuální ochrana. Tou je například viditelně umístěná a blikající maketa kamery nebo zřetelná tabulka se psem a nápisem Tady hlídám já. „Ať už bezpečnostní systém napojený na pult civilní ochrany v bytě nebo domě skutečně máte, či nikoli, zřetelné označení typu Napojeno na dispečink bezpečnostní agentury nemůže být na škodu,“ dodal Jan Vlček. (tz)



INZERCE

ARAMARK EVENT CATERING

Vaše starosti na naší hlavu

ZAJISTÍME VÁM CATERING PODLE VAŠICH PŘEDSTAV

Na českém trhu působíme více než 25 let a jsme největším poskytovatelem stravovacích služeb v České republice. Stravování zajišťujeme v těchto segmentech:

• Byznys & průmysl • Zdravotnictví • Armáda

CATERING – EVENTOVÉ AKCE

Společenské i firemní cateringové akce připravujeme vždy na míru a s přihlédnutím k celkovému pojetí eventu, struktuře návštěvníků a s ohledem na prostředí, ve kterém se akce koná. Jde nám o to zajistit každému hostovi nezapomenutelný zážitek, který v něm přetrvá a který si odnese s sebou.

Dovolte nám, abychom převzali vaše starosti. Bude nám ctí být součástí vaší akce.



KONTAKT

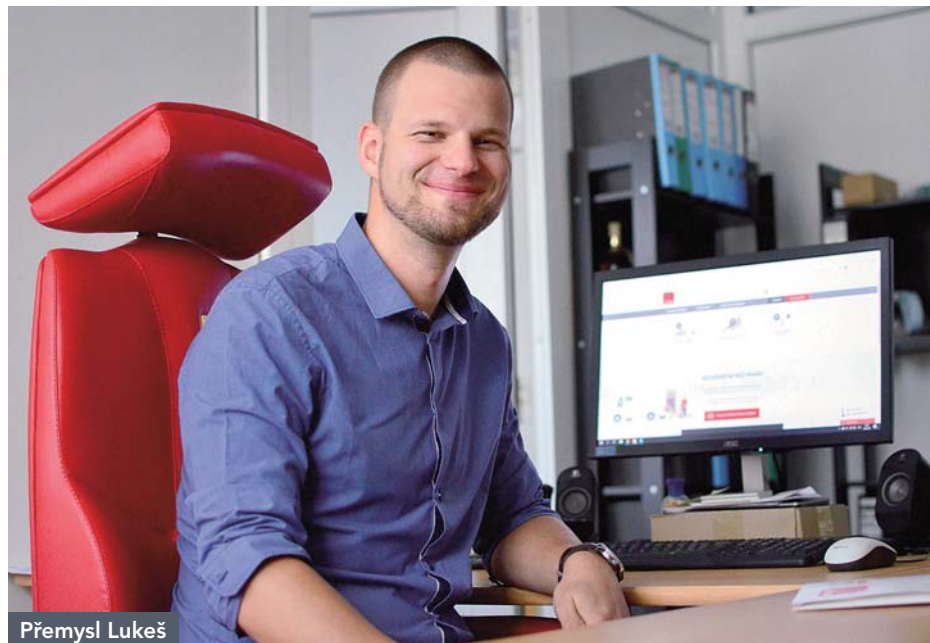
Se svou poptávkou na cateringové služby se můžete obracet na:

Jaroslav Vysloužil
SENIOR EVENT MANAGER

+420 737 960 587
vyslouzil-jaroslav@aramark.cz

Hranici s Německem zbourali

Malí dokážou velkým zavedeným hráčům pěkně šlapat na paty. Často vidí neobsazené skuliny na trhu, v tomto případě přepravním, a umějí je pružně vyplnit. K takovým hbitým štikám patří Der Kurier. Rozhovor s výkonným ředitelem této společnosti Přemyslem Lukešem napoví víc.



Přemysl Lukeš

Proč jste nový koncept Do Německa bez hranic založili, co řešíte za problém? Je za tím nějaký příběh, jak nápad vznikl?

Považujeme se za malou firmu, která se pohybuje v prostředí větších hráčů. Otázka je, čím se tyto firmy odlišují. Služby jsou velmi podobné a ceny taky. Na trhu přeprav po Evropě panují určité zaseté zvyky. Buď pošlu zásilku pomalu a levněji, nebo rychle, ale drazí. Naším cílem bylo vytvořit takovou službu, aby zákazník tento kompromis už řešit nemusel. Aby mohl na německý trh vyvážit lépe a konkurenceschopně. Díky efektivnímu spojení umíme doručit všechny zásilky do Německa následující den. Ostatní společnosti pohlíží na přepravu do Německa jako přeshraniční, což se promítá i do podmínek přepravy. Hranici s Německem „pomyslně“ odbouráváme. Zákazník tedy ve většině případů získá lepší a rychlejší službu, aniž by zvyšoval své náklady.

Co vás motivovalo k práci v Der Kurier?

Nastoupil jsem do Der Kurier asi před devíti lety. Začal jsem jako disponent mezinárodní dopravy. Mně se tenkrát líbila atmosféra malé firmy. Později vznikla pozice pro obchodního zástupce, kterou se mi podařilo získat. Doprava mě bavila, ale spíš jsem se chtěl více rozvíjet směrem obchodu. Následovala zodpovědnost za sice malý, ale obchodní úsek. Po necelých

pěti letech mi byla nabídnuta pozice výkonného ředitele.

Měl jste podporu ve svém okolí?

Vysokou školu jsem si dodělával při práci. Po večerech a víkendech studujete a přes den pracujete. V tomto období jsem měl určitě plnou podporu rodičů i partnerky, která nepřestala ani nyní.

Čím jste nejvíc zaměstnán?

Komunikaci s kolegy ve firmě, také nesu zodpovědnost za výsledky firmy, za investice, strategii a plánování. Potkávám se s obchodními partnery, pracuji na rozvoji nových služeb.

Jaké byly začátky služby Do Německa bez hranic?

S novou službou jsme přišli na trh na začátku února 2018. Der Kurier fungoval nejprve hlavně jako doručovací stanice zde v ČR. Později jsme rozšířili exportní a importní služby nabídkou i pro český trh. Do nové služby samo-

zřejmě pravidelně investujeme, jak do zlepšování operativy, tak do propagace.

V čem chcete být jedineční a před konkurencí?

Nabídka jednotlivých společností se podobá jako vejce vejci. Zákazník se pak rozhoduje podle ceny. My se snažíme být zákazníkovi partnerem, nejen dalším nákladem v nutné dopravě. Dát mu něco, co jinde nenajde. Naším cílem je firmám pomáhat co nejefektivněji vyvážit na německý trh. Nevím, zda využíváme vzory, ale ovlivňuje nás Teorie omezení, která se na provoz firem dívá holistickou optikou.

Dá se už dnes shrnout, jak se službě daří po více než roce?

My jsme vlastně všechny ostatní služby, mimo Německa bez hranic, přestali aktivně nabízet. Myslím si, že nejvíce lze získat tak, že se budete koncentrovat na to, co vám jde nejlépe. Umíme nabídnout nejvyšší hodnotu. Tomu však předcházely analýzy firmy i trhu. Následně jsme změny museli komunikovat ve firmě, aby kolegové pochopili jejich význam. Analýzou, přípravou i interní komunikací jsme se snažili předejít případným problémům. Když pracovní kolektiv přesvědčíte, můžete počítat, že se lidé pro věc nadchnou a překonají počáteční těžkosti. Zákaznický servis prostě nesměl být ošizen. Po roce hodnotíme změny jako úspěch. Přes zúžení nabídky se nový koncept osvědčil jak v provozu, tak i obchodně. Nyní připravujeme další novinky, kterými bychom službu rádi rozšířili.

Mohl byste blíže charakterizovat vaši předanou hodnotu?

Do Německa nabízíme doručení následující pracovní den již od 10.00 hodin nebo v průběhu pracovního dne. Záleží, zda zákazník hledá

spíše prémiové služby, nebo standardní, oboje umíme. Otevíráme tím možnost českým firmám vyvážit na zahraniční trh za dobrých podmínek. Když to řeknu jinak: mohou teď obsluhovat německý trh

stejně rychle, jako by posílali vnitrostátně. Taková možnost tu předtím nebyla. Většina firem nabízí dopravu do Německa levně, ale na úkor doby doručení. Konkuruje německému dodavateli a můžeme oslovit i ty, kteří nemají zájem o pomalé doručení během dvou a více dnů. Segment B2B ocení, že zásilku obdrží v předem určeném termínu. Klienti mohou načasovat další výrobu nebo zpracování

Nabídka jednotlivých společností se podobá jako vejce vejci. Zákazník se pak rozhoduje podle ceny. My se snažíme být zákazníkovi partnerem, nejen dalším nákladem v nutné dopravě.



zaslaného zboží. Pomáháme tak firmám na německém trhu růst a získat konkurenční výhodu, nebo minimálně srovnat krok s jejich rychlejší konkencí.

Prozradíte, o čem uvažujete dál?

Vizí je růst naší sítě. Chceme rozšiřovat působnost v České republice a rychlé doručení nabídnout i do dalších evropských států.

Jak vidíte budoucnost trhu v tomto oboru podnikání?

Ceny se, myslím, pohybují na svých minimech. Hodně rostou objemy a zájem o e-commerce, ale i v B2B se dá očekávat jen mírný růst. Na druhou stranu se všichni potýkají s kapacitami, což se projevuje ve službách zákazníkům. Možná i klesá důvěra v kurýrní firmy. Někteří zákazníci proto přemýšlejí o zříze-

ní vlastní sítě kurýrů, jiní to už udělali, často kvůli rychlosti a flexibilitě. V zahraničním obchodu vnímám prostor ke zlepšování efektivity převozu zboží mezi státy s ohledem na vysokou rychlost a nízkou cenu. Zájem českých subjektů dobývat zahraniční teritoria pak vzroste. Svět i logistika jsou stále více propojené na mezinárodní úrovni. To je třeba si uvědomit a nezaspat. Změny na dopravním trhu už začaly.

Jistotu a spolehlivost kurýrní služby zákazník požaduje jako samozřejmost, na druhé straně je to reference, která často rozhoduje při změně obchodního partnera...

To si velmi dobře uvědomujeme, je to naše krédo. Jak jsem již uvedl, dnes vyzvedneme, zítra do Německa doručíme. Aniž bychom navyšovali zákazníkovi náklady.

Dá se zobecnit, z jakých odvětví máte zákazníků nejvíce?

Jsou z různých oborů, ať už jmenuji tiskárny, automotive, zdravotní instrumentaria, velkoobchody. První klienty pro naši novou službu jsme získali telefonicky. Dokázali jsme připravit nabídku, která se neodmítá. O tom jsem přesvědčen.

za odpovědi poděkoval Pavel Kačer

Sedací souprava se stala dominantou obývacích pokojů

Zatímco před deseti lety dominovala ve slovenských i českých obývacích televizní stěna, dnes se stává středem místnosti sedací souprava. Za tu jsou rodiny ochotné utratit v průměru okolo 40 000 korun a obměňují ji přibližně každých pět let. „Obecně je při vybavení obývacích pokojů kladen větší důraz na praktičnost, úložné prostory a také na nejmodernější technologie,“ uvedla Andrea Štěpánová, marketingová specialista společnosti ASKO Nábytek.

Podoba obývacího pokoje se liší podle potřeb jejich uživatelů. V posledních letech se stala centrem celé místnosti sedací souprava. Obecně lze říci, že lidé při nákupu sedacích souprav kladou důraz jak na velikost pohovky, barevné ladění, praktický materiál, tak i možnost rozložení sedačky na lůžko. „Zákazníci ve věku 30–55 let vybírají soupravu hlavně podle její velikosti a pohodlí. Sedačka pro ně představuje zázemí, kde se schází celá rodina a kde lidé tráví spolu čas. Soupravu pak obměňují přibližně každých pět let,“ potvrdila Andrea Štěpánová.

Mladší zákazníci a tzv. singles preferují spíše trendy kombinaci sedacích souprav 3-2-1, te-

dy samostatné moduly rozmístěné okolo konferenčního stolu. Tato dispozice vytváří společenskou a zároveň útulnou atmosféru. Dispozice sedaček 3-2-1 také nabízí velkou plochu pro usazení početné společnosti a budí dojem luxusního a moderního interiéru. Čím dál populárnější jsou i vysokofunkční sedací soupravy, které poskytnou výborný komfort a disponují řadou nastavitelných částí, jako jsou různé opěrky, podnožky atd. Klasickým obývacím stěnám už definitivně odzvonilo. Zelenou má naopak odlehčený funkční nábytek a hlavním bodem se stala televize. U moderních obývacích sestav je nejdůležitější dostatečný prostor pro širokouhrou obrazovku. „Ke slovu se dostávají i další trendy, jako je například LED osvětlení, nábytek ve vysokém lesku nebo masiv. Do popředí se dostává jednoduchý hladký design nábytku,“ sdělila Andrea Štěpánová. Zajímavé je, že vitríny, které kdysi byly neodmyslitelnou součástí všech obývacích pokojů, dnes z obýváků zcela nevy-mizely. V domácnostech je stále najdeme, avšak pouze jako zajímavý prvek, který ozvláštňuje menší část nábytku. Z vitrín na nás pak většinou

nevykukuje sváteční porcelánový servis, ale vkusná designová dekorace nebo například sbírka oblíbených detektivek. Co se týče celkového vzhledu obývacích pokojů, tak si Češi i Slováci oblíbili trend minimalistické šedo-bílé kombinace s betonovými prvky, jež je navíc velmi nadčasová, v duchu celosvětových trendů, a hodí se do jakéhokoli interiéru. „Zákazníci si velice často vybírají jednoduché barvy, které ozvláštňují zajímavým výrazným doplňkem. Ale ani dřevo neodchází do pozadí. V kombinaci s černým kovem nebo jen samo o sobě je stále populární,“ vysvětlila Andrea Štěpánová. Mimo designu řeší i dostatek úložných prostor a celkovou praktičnost nábytku do obývacího pokoje. V současné uspěchané době je tak důležitým aspektem snadný úklid a použití bezúdržbových materiálů. (tz)



Naše ekonomika stojí na prahu velké změny

Práce českých rukou a mozků v posledních několika letech výrazně podražila. Bude i dobře placený dělník nebo inženýr pro zaměstnavatele dostatečně zajímavý, nebo se raději poohlédne jinde? Na tyto a další věci jsme se zeptali v rozhovoru s Ing. Jiřím Halbrštátem, manažerem náboru a marketingu ManpowerGroup.



Ing. Jiří Halbrštát

Je český trh práce pro investory zajímavý?

Náš průzkum ManpowerGroup Total Workforce Index porovnává trhy práce v 75 zemích světa a podle devadesáti parametrů se Česká republika umístila na 22. místě ze 75 možných. V regionu Evropa, Střední východ a Afrika je ČR na 11. místě. Oproti roku 2017 se o jedno místo zlepšila a ukazuje to, že je nadále atraktivní zemí pro zahraniční investice a místem, které nabízí trh práce relativně nakloněný úspěšnému businessu. Na předních příčkách na světě najdeme Hongkong, Nový Zéland, Singapur, Spojené státy a Velkou Británii. Mezi nejlépe hodnocené země z hlediska trhu práce v Evropě patří Velká Británie, Irsko, Estonsko, Litva a Německo. Irsko exceluje především v dostupnosti pracovní síly, v nízké nákladovosti vítězí Srbsko a Bulharsko, které si v tomto velmi konkuruje se zeměmi Jihovýchodní Asie, jako Thajsko a Filipíny. Produktivita je podle metodologie Total Workforce Index nejvyšší v Evropě ve Švýcarsku, Holandsku a Velké Británii.

V čem jsme regionálními lídry a kde nejvíc zaostáváme?

Atraktivita českého trhu práce tedy spočívá především v kombinaci relativně nízkých ná-

kladů podnikání a vysoké kvalifikační úrovně obyvatel. Podíl zaměstnanců ve výzkumu a vývoji, podíl vysoce kvalifikovaných zaměstnanců a digitální gramotnost patří mezi přednosti českého trhu práce. Mohli bychom vytvořit mnohem lepší prostředí pro podnikání a tvorbu dobře placených pracovních míst, pokud se zaměříme na snížení náročnosti podnikání a nákladů na založení firmy, podporu flexibility a alternativních úvazků, potírání šedé ekonomiky a neformálního pracovního trhu, vytváření prostředí ve firmách, veřejném sektoru a politice, která bude více respektovat individuální potřeby lidí, ať už jsou to maminky s dětmi, absolventi, ZTP, nebo lidé v předdůchodovém věku.

Zlepšují se u nás podmínky k investování a zaměstnávání, nebo je to naopak?

V žebříčku jsme meziročně poskočili o jedno místo nahoru, ale jen proto, že jiné země se propadly níže, než že bychom se my zlepšili. Legislativní a institucionální regulace zaměst-

návání je v ČR na průměrné světové úrovni. Není zdaleka tak příznivá pro firmy jako prostředí v Dánsku, Rakousku, USA nebo Hongkongu, ale je hodnoceno lépe než prostředí na Slovensku nebo v Maďarsku. V komplexním indexu náročnosti podnikání (složeného z mnoha faktorů od hodnocení náročnosti založení firmy, daňového prostředí, stavebních předpisů, úvěrového prostředí, ochrany investic, volnosti mezinárodního obchodu, vynucování smluv a řešení insolvence) jsme také na průměru daleko za USA, Německem a Rakouskem, ale zároveň velmi daleko před Tureckem a Čínou.

Důležitým momentem při podnikání je délka výpovědní doby zaměstnanců. Zde máme s dvouměsíční lhůtou mimořádně silnou ochranu zaměstnanců, která ale brzdí tvorbu nových pracovních míst. Některé země jako Německo, Rakousko, Slovensko, Polsko nebo Maďarsko to řeší různou délkou výpovědní doby pro zaměstnance, kteří jsou ve firmě krátce, a větší ochranou lidí, kteří jsou zaměstnání delší dobu.

Total Workforce Index hodnotí produktivitu v ČR poměrně vysoko. Tradiční definici produktivity práce, ve které je ČR lehce pod průměrem EU, vylepšuje efektivní fungování trhu práce a počítačová gramotnost. Nákladovost podnikání zásadně ovlivňuje mzdová úroveň, a to především v provozech s vysokým podílem mzdových nákladů na celkových nákladech. V tomto je Německo, Rakousko a USA na trojnásobné úrovni v porovnání s ČR. Přesto jsme ale na výrazně vyšší příčce než Ru-

munsko, Slovensko. Tyto země konkurují České republice v přitahování investic do zpracovatelského průmyslu, zároveň je ale ČR atraktivní destinací pro kvalifikovanou i nekvalifikovanou

pracovní sílu z těchto zemí a je možné je považovat za součást českého trhu práce. V roce 2018 jsme našli v ČR práci pro 5500 pracovníků ze zemí východní a jihovýchodní Evropy na různé typy pozic, které se dlouhodobě nedařilo obsadit českými uchazeči.

Navíc má naše práce velký přesah a je krásné pozorovat příběhy lidí, kterým jsme pomohli změnit život tím, že jsme je posunuli v jejich kariéře jinam.

Dosáhly už ženy v zaměstnání plné rovnoprávnosti, nebo jsou čeští muži stále o něco napřed?

Podle studie Světového ekonomického fóra, kterou zohledňujeme v naší analýze, nalezneme Českou republiku na 82. místě hodnocení,

což je o pět příček horší než v roce 2016. Nejlepší situace je v ČR v oblasti vzdělávání a zdravotnictví, kde je postavení českých žen naprosto rovné a ČR je v těchto oblastech mezi prvními. Naopak nejhůře jsme na tom v rovnosti výdělků a také v politice, kde nám náleží 87. místo.

Proč jste si nechali udělat průzkum o atraktivnosti ČR pro zaměstnavatele? Čím výsledky potvrdily očekávání a co nejvíc překvapilo?

Monitorování trendů na trhu práce se věnujeme velmi intenzivně a každý rok publikujeme kolem deseti průzkumů a studií, abychom uměli poradit firmám i lidem, kteří hledají práci, jaké jsou trendy na trhu a jak na ně reagovat. Total Workforce Index potvrdil, že naše ekonomika stojí na prahu velké změny. Už nejsme dostatečně levná země z hlediska ceny práce pro velké výrobní závody. Ani lidé už nemají o tuto práci zájem a raději využívají příležitosti, které se objevují v jiných sektorech. Máme ale velký potenciál, abychom úspěšně zvládli nástup digitalizace a robotizace. Technické školství zde má velkou tradici a také je zde dobré zastoupení oblasti výzkumu a vývoje. Ano, stěžujeme si všichni na ne-



dostatek techniků, ale jejich dostupnost je lepší než v jiných zemích v našem regionu.

Co vás na činnosti v marketingu nadnárodní personální agentury baví a co dává smysl vaší práci?

Je to velmi zajímavá kombinace B2B a B2C marketingu. Najímají si nás firmy, aby outsourcingovaly různé personální procesy, ale

v oblasti náboru je pak klíčové vhodné kandidáty najít a zaujmout. HR marketing se velmi rychle proměňuje, vstupují do něj nové technologie a neustále musíme měnit svůj přístup, aby vše fungovalo. Navíc má naše práce velký přesah a je krásné pozorovat příběhy lidí, kterým jsme pomohli změnit život tím, že jsme je posunuli v jejich kariéře jinam.

ptal se Pavel Kačer

Český lev je jistota, ve zlatě dvojnásobná

Jde nejen o náš národní symbol. Jistotou v tomto případě rozumíme především investici. Během posledních několika týdnů vývoj ceny na světových trzích se zlatem potvrzuje, že zlato je komodita s velkou jistotou návratnosti a zúročení. Za poslední měsíc jeho cena stoupla o 100 dolarů za troyskou uncii, poprvé po šesti letech překonala hranici 1400 dolarů.

V těchto dnech dává Česká mincovna do prodeje zlatého uncového Českého lva 2019 ražného v nevšedním provedení „reverse proof“. „Jde o vlnkovou loď naší mincovny v kategorii investiční zlato. Současně je poctou mimořádně významnému výtvarníkovi Jaroslavu Bejvloví, jeho dílu a životu. S Českou mincovnou spolupracoval po dlouhá léta a pro tuto investiční minci zpracovával koncept. Bohužel zemřel dříve, než jej stačil dokončit. Jeho kresběné návrhy převzal mladý a stejně talentovaný výtvarník Asamat Baltaev,“ přiblížila autory Lenka Klimentová z České mincovny.



Reverzní strana mince nese reliéf dvouocasého lva, Svatováclavskou korunu, plamennou svatováclavskou orlici na štítu a lipové ratolesti. Okružní kompozice nese opis Česká republika a uvádí specifikace mince. Aversní strana vedle ozdobné ratolesti předkládá portrét a jméno královny Alžběty II., letopočet emise 2019 a nominální hodnotu 50 dollars (NZD) – tj. atributy ostrova Niue, který České mincovně poskytuje zahraniční licenci k ražbě vlastních mincí.

„Mince tohoto typu vyrazila Česká mincovna poprvé loni. Jak název reverse proof napovídá, jde o protiklad kvality proof. Plocha takových mincí je matná a zrcadlovým leskem se vyznačuje vystupující reliéf,“ vysvětlila Lenka Klimentová.

Investiční mince České mincovny Český lev se poprvé představily v roce 2017 a záhy se s velkým úspěchem zařadily po bok slavných světových protějšků. Do svých portfolií je zařadili spokojení investoři z České republiky, Slovenska, Maďarska, Německa, Číny, Hongkongu, Jižní Koreje, Kanady a Spojených států amerických.

„Do své nabídky si je vyžádal rovněž největší online distributor drahých kovů na světě APMEX a získaly evropskou ochrannou známku,“ doplnil za marketing České mincovny Jaroslav Černý s tím, že vedle investičního potenciálu zaujaly také atraktivním

vlasteneckým reliéfem, který se dočkal několika obměn.

Investiční zlato má jednu nespornou výhodu – je osvobozené od daně z přidané hodnoty. Díky značnému potenciálu zhodnocení je investiční zlato bez DPH ideálním prostředkem spoření do budoucna a nemělo by chybět v žádném investičním portfoliu rozumného investora. Při pohledu na cenový graf zlata za posledních 35 let je patrné, že se až do roku 2005 drželo s drobnými propady na úrovni 400 dolarů za troyskou uncii, malý vzestup k pětisetdolarové hranici připadá k letům 87 a 88, časově by korespondoval s politickými událostmi ve střední Evropě a ústupu komunistického monopolu v socialistických zemích.

Pozvolné stoupání raketově, téměř čtyřnásobně, vystřelily události z 11. září 2001. Krátkodobě cena dosáhla k 1900 dolarů, razantní propady a následné vzrůsty v následujících dvou letech byly nejmarkantnější. „Zcela přesně vývoj odpovídá tehdejšímu světovým událostem v souvislosti s teroristickými útoky v Americe. Nikdy už ale zlato nekleslo pod tisíc dolarů za uncii z počátku roku 2010,“ komentoval progres ceny Jaroslav Černý. Platí totiž, že ke zlatu se lidé s důvěrou obraceli zejména v dobách, kdy se obávají znehodnocení svých peněžních prostředků. Investoři jej považují za jistotu i během finančních krizí. Je třeba však mít na paměti, že zlato je volatílní komodita – zažívá vzestupy a pády. Ve středně až dlouhodobém horizontu se na něj mohou investoři ale vždy spolehnout. (tz)



Když to venku voní

Bylo po dešti a v polovině července to na zahradě zavonělo tím pravým létem. Meruňky se chystaly uzrát, tymián znova obrazil, máta nabízela svou sílu. Kopr si koledoval o omáčku a rajčata laškovala svými prvními návnadami. Maliny lahodně voněly vládou a sem tam opuštěná pozdní jahoda nasbírala do svého plodu snad všechno aroma světa. Pozorovala jsem vypleté záhonky (na

jak dlouho?), opatrně jsem našlapovala kolem keřů černého rybízu a přerostlých košťat meduňky, pozorovala po parnech vzcházející se lichořeřišnici a neohrožené šlahouny ostružin. V tu chvíli jsem si uvědomila, že prožívám tu nejbáječnější dovolenou. Dovolenu snů. Klid v duši, harmonii v přírodě. A přitom doma, kde to zdánlivě znám. I za plotem je to však každý den jiné. Je stále co objevovat, a není od věci vzývat překvapení. Nebalím kufr, zůstávám.

Eva Brix, šéfredaktorka

čtete s námi

Chystáte se na festival?

Pro příznivce festivalů nastávají v létě ty pravé žně. Zajímavé novinky přináší i Výstava stanů a vybavení do přírody, která se koná od 31. 5. do 25. 8. v PVA EXPO Praha Letňany. „Pokud se chystáte na festivalu nocovat, potřebujete hlavně spolehlivý stan. Ideální jsou samorozkládací, které jsou postavené během chvilky, což se může hodit, když přijedete na místo v noci. Pokud s sebou berete děti, bude pro vás vhodnější větší rodinný stan. A až budete rozmyšlet, jakou barvu stanu zvolit, nezapomeňte, že světlý se tolik nezahřívá, ovšem v tmavém se zase lépe spí, takže záleží na vašich prioritách,“ připomenul Vít Hruška z Výstavy stanů a vybavení do přírody. Hodí se také přibalit výkonnou svítilnu nebo čelovku, které jsou na podobných akcích probíhajících do noci, nepostradatelné. Závěsná svítilna Bo-Camp Hanging Lamp s 21 LED diodami má zabudovanou powerbanku s kapacitou 6000 mAh. Díky diodám produkuje bílé světlo, jehož intenzitu můžete regulovat. Zároveň má zabudovaný Li-ion akumulátor s kapacitou 6000 mAh, který slouží jako powerbanka pro nabíjení mobilních zařízení (USB kabel je součástí balení). Snadno ji zavěsíte do pásek, batoh nebo zacvaknete za stanovou tyč pomocí držáku a karabiny. Toto multifunkční zařízení koupíte na Výstavě stanů a vybavení do přírody nebo na www.4camping.cz. (tz)

partneři www.freshtime.cz



www.uzeninybeta.cz



www.clarioncongresshotelprague.com

Prosperita Fresh Time

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 8, srpen 2019

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

Šéfredaktorka: PhDr. Eva Brix-Šimková

e-mail: brix@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

Práce pro kreativce na dosah

Zamysleli jste se někdy nad tím, jaká je vaše vysněná práce? Pokud si myslíte, že neexistuje, protože za ležení v posteli nebo ochutnávání zmrzliny vám práce nikdo nezaplatí, jste na omylu!

Pro dobrodruhy – správce ostrova

Šest měsíců šnorchlování, ochutnávání místních specialit a fotografování přírodních krás Hamiltonova ostrova – to byla práce Brita Bena Southalla, jenž vyhrál půlroční kontrakt na pozici správce pohádkového ostrova u Velkého bariérového útesu. Hlavním úkolem 34letého dobrodruha bylo prostřednictvím fotografií a videí umístěných na sociálních sítích představit co nejvíce lidem půvaby a dovolenkové přednosti tohoto speciálního místa. Za prozkoumání přírodních divů Hamiltonova ostrova si rodák z Petersfieldu v hrabství Hampshire vydělal v přepočtu 2,5 milionu korun!

Pro lenochy – spánkový dobrovolník

Pokud ze všeho nejvíc milujete svou postel a zvuk budíku vám každé ráno nepříjemně drásá sluch, pak je tato pracovní pozice přesně pro vás. Spánkový dobrovolník je totiž placený za to, že spí. V rámci lékařských studií jsou vybírání vhodní adepti podle věku, pohlaví i životního stylu. V případě, že splníte požadovaná kritéria, vězte, že vás bude čekat několik nocí na lůžku pod lékařským dohledem, za což si můžete například v bostonské nemocnici vydělat až 1000 dolarů za den! Pokud vám ale nedělá dobře medicínské prostředí, určitě vás zaujme pracovní nabídka testování luxusních postelí. Tuto skvělou brigádu si našla i studentka birminghamské univerzity Roisin Madigan, jejíž jedinou pracovní náplní bylo v deset večer zalehnout do pohádkových postelí nacházejících se například v hotelových řetězcích Savoy.

Pro mlsouny – ochutnávač čokolády

Čokoláda – jen málokomu se při pomýšlení na tuto laskominu nezačnou sbíhat sliny v ústech. Tušili jste, že za ochutnávání jedné z nejlepších čokolád na světě můžete být i placeni? Firma Mondelez International, jež vlastní slavné značky jako Cadbury's, Oreo nebo Milka, hledala do svého týmu odborníka, který bude kontrolovat každý sladký produkt, který opustí výrobní halu. Práci snů nakonec získala Hayleigh Curtis. O tom, že vybrali správně, svědčí i to, že má tato gurmetka své chuťové pohárky pojištěné na jeden milion liber!

Pro hračky – LEGO profesor

Hravost, nápaditost, tvořivost, a hlavně duše dítěte – to jsou hlavní podmínky, které musí splňovat kandidát na pozici odborníka na stavebnici LEGO, které vyhlásila britská univerzita Cambridge. Jeho náplní práce je sen každého hravého dítěte – vymýšlet nové způsoby, jak vylepšit tuto nejoblíbenější dětskou hru napříč pohlavími a generacemi. Za výzkum toho, jak pomoci malých kostiček zvýšit u jeho uživatelů kreativitu, podpořit rozvoj fantazie a stimulovat správný vývoj, získá LEGO profesor roční plat přes dva miliony korun. Od stavebnice je jen krátká cesta k videohram. Vyznavači nejrůznějších virtuálních her jsou placeni od hodiny (zhruba 10–18 dolarů), aby vyzkoušeli a našli mezery a chyby v testovaných hrách. Hlavní podmínka pro vykonávání této pozice je chuť hrát si, chladná mysl a tolerantní (nebo raději žádná) partnerka.

Pro milovníky zvířat – venčení psů

Stále oblíbenější a vyhledávanější jsou osoby, které profesionálně a s láskou hlídají a venčí psí miláčky. Pro tuto práci musíte disponovat dobrou fyzickou kondicí – přeci jenom ne všichni uštěkaní mazlíčci budou dobře vychovaní – a samozřejmě slabostí pro němé tváře. „Na našem pracovním portálu uveřejňujeme podobné nabídky nejčastěji před letními prázdninami a Vánocemi. Jednou z podmínek zaměstnavatele je zpravidla zkušenost se zvířaty i možnost hlídání psů u sebe doma či o víkendech. Za hodinu strávenou se zvířecími mazlíčky si můžete vydělat až 150 korun,“ prozradil své cenné zkušenosti ředitel pracovního portálu JenPráce.cz Radovan Hypš. (tz)

Hyundai i30 Fastback N:

Koření v detailu



foto Kateřina Šimková

V červenci jsem pro naši redakci testovala Hyundai i30 Fastback N Performance. Mám ještě v živé paměti ten pocit očekávání, který v celém našem týmu auto vzbuzovalo. Nebylo tajemstvím, že motoristické obci se zamlouvá. Ale užije si ho třeba také podnikatel nebo manažerka?

Když mi technici předávali testovací automobil, zajímala jsem nad barvou. Příplatková Performance Blue je zcela jedinečný odstín. Lidé mne často zastavovali právě jen pro tu barvu a oku lahodící exteriér. Další vlnu zájmu vždy vzbudil líbezný zvukový projev motoru. Během šesti dní: z těch 18 zvědavců, o kterých vím, jsem s 10 zapředla na téma Hyundai i30 Fastback N alespoň krátký rozhovor. Přesněji byla jsem k němu vyzvána. To se mi ještě nikdy s žádným jiným vozem nestalo. Na tyto rozpravy o kráse a drsnosti padlo víc než 150 minut pracovní doby... Necht' je to důkazem, že tento model rodmýmchává zaslouženou pozornost a vášně v tom nejlepším slova smyslu. Exteriér vozu je sice stále elegantní, ale vizuálně dostal do vínku jistou brutalitu. Jako Tony Stark v perfektně padnoucím obleku, který nasazuje svůj nejdokladnější výraz, aniž by si provokaci v očích nechal od cesty. Je to trochu hra protikladů a kontrastů, které musím pochválit. Zejména červené doplňky a matná kovová úprava, drsnější vzhled masky s plaketou N nebo výrazně klenutá linie zadního spoileru dráždí oko a nutí se dívat znova. V redakci jsme se unisono shodli: právě tento Hyundai je bezpochyby jed-

ním z nejkrásnějších vozů ve své kategorii. Ocenění si zaslouží velmi praktický a přehledný interiér, který neruší zážitek z jízdy, nerozptyluje pozornost. Vše je na dosah ruky, veškeré ovládání je intuitivní. Nečekejte divočinu, spíše trochu koření v detailu – hlavice řadicí páky, volant s kontrastním obšitím v koženém provedení, jasné červenou linkou orámované výdechy klimatizace a v neposlední řadě sportovně laděné sedačky. O tomto typu posezení jsem psala již při testu Hyundai i30 Fastback N Line a názor nemění. Perfektní vedení, perfektní opora. Jen ty slovanské boky s tím zpočátku mírně bojují. Překvapením byl i kufr. Přes přítomnost zadní ocelové vzpěry je stále obrovský, naprosto vyhovující každodenním potřebám. Ale to hlavní má tento vůz pod kapotou. Hyundai i30 Fastback N v naší testované variantě Performance je osazen dvoulitrovým přeplňovaným čtyřválcovým motorem s 275 koňmi, což už je pořádná síla, která z vozu těchto váhových parametrů dělá skutečnou střelu. Opět se nabízí příměr ke komiksovému hrdinovi Tony Starkovi. Ten je ale z těch nevypočitatelných, což je poslední přízvisko, které by si „Nko“ také zasloužilo. Je totiž velmi sebejistě a řidič nad ním má výbornou kontrolu. Automobil se stává řidičovou součástí. Jeho prodlouženou rukou. S takto přesným řízením je radost vykroužit každou sebeklikatější serpentinu. V normálním jízdním režimu, když nechcete „bláznit“ a víte, že zbytek citlivější posádky zapomněl před jízdou sáhnout po Kinedrylu. Avšak v režimu N už je to vyložená zábava, kterou bych doporučila provozovat jen s posádkou otrlou a sportovní jízdy dychtivou. Pokud by si člověk přál odkrýt veškerý potenciál vozu, necht' si dá dárek a pronajme si okruh. Alespoň na pár hodin měsíčně. Toto vozidlo

potřebuje ukazovat, co v něm je. Považuji ho za něco mezi uměním a prvotřídním sportovním nástrojem pro náročného řidiče, sebejistou osobnost, která ví, co dělá a ke svému komfortu nepotřebuje módní zbytečnosti. Jedině se sportovními ambicemi našel parťáka, kterého nebude chtít opustit. S „Nkem“ jako by se kapacita lidských smyslů přenesla do jiné, ostřejší a rychlejší dimenze. Málokdy člověk zažije tak niterné spojení s věcí, která představuje ryzí krásu, dravost, dokonalou mechaniku i precizně nalažené technologie. Ten pocit za volantem je skutečný, neumělý a autentický. Přispívá k tomu i perfektní zvuk, něco jako precizně odehraná orchestrálka špičkové kapely. Dokresluje celou atmosféru scény, kterou si přeje za život alespoň jednou zažít každý řidič srdcař. Jestli je toto vozidlo na každodenní cestování? Jestli se bude hodit manažerovi i podnikateli? Ano i ne. Zde velmi záleží na preferencích. Mít Hyundai i30 Fastback N v garáži, styděla bych se ho denně nevyvětrat. I přes to, že je to sportovní vůz a moje tělo vnímá intenzivně každý otřes, každý výmol. Jízda s ním je o radosti, a přicházejí-li nějaké strasti, pak za to nemůže vozidlo, ale spíše to, po čem je nuceno hledat si svou cestu vpřed. Takže ano, mohl by být autem na každý den. Ačkoli spotřeba si vybere svou daň, jde-li o provozní náklady. Ale kdo by si takový vůz kupoval kvůli úspoře paliva... Pro někoho možná bude spíše společníkem občasným, ne na dlouhé úmorné cesty do Francie nebo Estonska. Pro to, aby probudil v duši dřímající N faktor, touhu cítit potěšení ze sportovní jízdy až do poslední molekuly své bytosti. Podnikatel, manažerka stejně jako vývojář aplikací nebo filmař si ho užije. Možná mu přiveze nečekanou vlnu inspirace.

Kateřina Šimková

IT pro obchod, logistiku a distribuci



Naše společnost U & SLUNO působí na českém trhu již více než 27 let. Poskytujeme konzultační služby a informační systémy specializované na oblast řízení **dodavatelsko-odběratelských vztahů** (supply chain management) a oblast **řízení podniků** (ERP systémy). Součástí našeho portfolia jsou i sofistikované **manažerské nástroje** a další nadstavbové aplikace. Vyvíjíme a dodáváme také **specializovaná řešení** pro zákazníky z oblasti obchodních a logistických řetězců, distribučních i výrobních firem, poskytovatelů služeb či státní a veřejné správy.

Zaměřujeme se zejména na **optimalizaci** manažerských a řídicích **postupů**, centrálních a obchodních **procesů** a také logistických a distribučních operací. Svým zákazníkům přinášíme **inovativní** řešení na míru s důrazem na vysokou přidanou hodnotu a rychlou návratnost investice.