

červen 2020

fresh[®] **TIME**

PROSPERITA

Osobnosti tohoto vydání:

Aleš Zpěvák
Jiří Horecký
Vladimír Zíka
Tomáš Surka
Jan Bednář
Dominik Šprunk
Tomáš Medřický
Petr Procházka



Aleš Zpěvák

**Nová akreditace
pro Právo v podnikání**

rozhovor na stranách 2–3

Nová akreditace pro Právo v podnikání



Získat novou akreditaci není pro žádnou soukromou vysokou školu jednoduché. O to větší radost přináší. Je totiž potvrzením rozvoje poskytovaných služeb, důkazem toho, že příslušné pracoviště jde po stopě trendů ve vzdělávání, že zrcadlí celospolečenskou potřebu. Univerzita Jana Amose Komenského Praha s.r.o. pod vedením rektora doc. PhDr. Luboše Chaloupky, CSc., se v poslední době podařilo získat rovnou tři akreditace. Jedna z nich je pro studijní obor Právo v podnikání. Tedy ten, po němž praxe hladově volá. Nejen v podobě zájemců o toto studium, ale také ve zvyšování právního vědomí firem. Neznám podnik, který by nepotřeboval šikovného právníka a manažera v jednom. JUDr. Aleš Zpěvák, Ph.D., působí na UJAK jako Prorektor pro kvalitu a akreditace. Specializuje se na občanské právo a právo obchodních společností. Je autorem mnoha odborných publikací v České republice i v zahraničí, zabývajících se oblastí správy majetku, IZS atd. K nové akreditaci nám řekl:



JUDr. Aleš Zpěvák, Ph.D.

V poslední době jste získali několik nových akreditací, mimo jiné pro studijní program Právo v podnikání. Od kdy se začne vyučovat? V jakém termínu se mohou zájemci hlásit?

Jsmo velice rádi, že se nám podařilo úspěšně získat akreditace pro nové bakalářské studijní programy Speciální pedagogika a Andragogika a vámi zmíněný program Právo v podnikání. A navíc máme o další akreditace zažádáno. Studijní program Právo v podnikání vychází ze studijního programu Právní specializace se studijním oborem Právo v podnikání, který je na naší univerzitě vyučován od roku 2008. Za dobu výuky tohoto studijního programu je

absolvovalo několik stovek studentů, kteří se úspěšně uplatňují jako zaměstnanci i podnikatelé v soukromém sektoru, ale i v prostředí veřejné správy, veřejnoprávních korporací i v sektoru neziskovém. Jde o program, který má na naší univerzitě dlouholetou tradici. Dle nově získaného programu se začne vyučovat začátkem nového akademického roku. Přihlášky lze podávat do 10. června, případně do konce září.

Komu je studijní program určen a za jakých podmínek jej lze studovat?

Studijní program je určen pro studenty, kteří se chtějí vzdělávat v oblastech veřejného

a soukromého práva, stejně tak v oblasti ekonomie a managementu a chtějí se profesionálně připravit na svou budoucí pracovní pozici v současném dravém podnikatelském prostředí či v prostředí státní správy, kde se budou každý den setkávat s nutností mít právní a manažerské vědomí. Studijní program lze studovat jak ve formě prezenční, která je koncipována jako denní studium, tak i ve formě kombinované. Velkou výhodou kombinované formy je fakt, že přednášky a semináře probíhají výhradně o víkendech, takže účast na výuce nezasahuje do pracovního týdne.

Právo v podnikání je vlastně určitým průsečíkem mnoha příbuzných oborů. Znamená to, že absolvent s bakalářským titulem nebude mít v praxi firem a organizací problém se uplatnit?

Jde o studijní program, který je interdisciplinární, tj. je na pomezí dvou oborů, v našem případě práva a managementu. Právě tato mezioborovost dvou významných oborů umožňuje našim absolventům se bez nejmenších obtíží uplatnit na současném trhu práce. A mimochodem, podle několika nezávislých studií má UJAK nadstandardní uplatnitelnost absolventů. Klademe důraz nejen na výuku teorie, ale zejména praxe, která má v reálném podnikatelském prostředí nezasupitelnou roli. Právě příprava našich studentů do praxe je naším prvořadým úkolem, který se nám z dlouhodobého hlediska ale daří plnit.

Každá firma potřebuje zdatného právníka a manažera v jednom. Včetně mikrofirem a malých rodinných firem. Bude možné se v rámci studijního oboru specializovat na právo pro tyto skupiny?

Studijní program Právo v podnikání se zaměřuje na vzdělání v oblasti práva soukromého s přesahy do práva veřejného. Konkrétně zde bude probíhat výuka v právních odvětvích, jakými jsou občanské právo hmotné, obchodní právo či právo pracovní. Dále bude kladen důraz na studium občanského práva procesního, které aplikuje poznatky hmotného práva (všech zmiňovaných odvětví) do samotné praxe jejich uplatňování. Neopominutelnou součástí výuky bude, jak jsem již zmiňoval, nauka v oborech práva veřejného, jako je např. finanční právo, správní právo či právo trestní. Tím absolvent získává komplexní přehled o právním řádu, který je v recentním podnikatelském prostředí nezbytný.

Tím, že jde o novou akreditaci stávajícího oboru, který je konec konců jedním z těch pilířových na UJAK, můžete popsat, jak se zaměření tohoto studijního programu posunulo, změnilo?

Studijní program každého oboru musí korespondovat s aktuálními potřebami společnosti, která se vyvíjí ve světě probíhající globalizace. Ani naše univerzita nezůstala v tomto úsilí pozadu a nové akreditace připravuje takovým způsobem, aby studijní programy reflektovaly nové trendy. Příkladem inovativního přístupu při tvorbě studijního programu je právě Právo v podnikání, kde byla výuka rozšířena v oblasti občanského práva a obchodního práva, stejně tak byla rozšířena výuka v oblasti veřejné správy.

Na UJAK často působí osobnosti z praxe. Jak je tomu v případě nového studijního programu? Co byste na něm rád vyzdvihl?

Výuka nově akreditovaného studijního programu Právo v podnikání je zajištěna erudovanými odborníky a vědeckými pracovníky z vědeckovýzkumných pracovišť, ze státních univerzit, veřejných vysokých škol, odborníky z oblasti státní správy a z dalších pracovišť soukromého sektoru, povětšinou s mnohaletou pedagogickou praxí. A právě z důvodu, že nový program je záměrně cílen do praxe spočívající v uplatnitelnosti našich absolventů v soukromé sféře či státní správě, mají nezastupitelnou roli i odborníci z praxe. Právě tito odborníci mají na svých bedrech nelehký úkol připravit studenty na přednáškách a seminářích na úskalí, se kterými se budou setkávat ve svém pracovním životě. Mezi tyto odborníky řadíme významné renomované advokáty, představitele justice, členy orgánů významných soukromých společností atd.

Jsou podle vás zákony, předpisy, jejich výklad v ČR hodně složité? Může jejich vývoj akademická sféra nějak ovlivnit?

Právní řád České republiky patří bezesporu k těm nejrozsáhlejším v Evropské unii. Je sou-



částí tzv. kontinentálního právního systému, který je charakteristický tím, že jeho hlavním pramenem je zákon. V České republice lze jako problém vnímat soustavný růst počtu zákonů, vyhlášek a nařízení, s jejich častými změnami, se sklonem k právnímu pozitivizmu či kazuistice, tedy ke snaze ošetřit speciálním ustanovením každou jednotlivou situaci v životě. Právní řád se tak díky tomu stává natolik složitým a nepřehledným, že se v něm leckdy nevyznají ani advokáti, ani právní poradci či firemní právníci, ba ani orgány státní správy a samosprávy, které by měly plnění zákonů kontrolovat. Výklad takového počtu zákonů a jejich častých novel je velmi složitý a způsobuje v praxi nemalé problémy. Naším úkolem na univerzitě je tuto problematiku studentům co možná nejlépe vysvětlit a prohloubit jejich znalosti zejména na poli recentního znění daných zákonů.

Pokud se ptáte na možný vliv akademické sféry na legislativu České republiky, odkážu vás na článek 41 Ústavy, kde jsou taxativně vyjmenovány subjekty mající možnost předkládat návrh zákona. Akademická sféra může naši legislativu a její vývoj do jisté míry ovlivňovat např. profesionální přípravou svých studentů, kteří si jako svou profesní dráhu určí politiku, kdy jako subjekty moci zákonodárné mohou navrhnout znění zákonů či změnu legislativy. V současnosti hrají nezastupitelnou roli při vývoji legislativy i média, která zprostředkovávají vyjadřování předních akademiků, kteří obhajují, či naopak kritizují to či ono znění zákona. I tuto možnost můžeme klasifikovat jako ovlivňování účastníků legislativního procesu v ČR.

V čem podnikatelé a firmy v právní oblasti nejvíce chybují?

Pokud se máme zabývat otázkou chybovosti, začněme hned na samém počátku podnikání, kdy si začínající podnikatel založí svůj busi-

ness plán většinou na svých odborných znalostech v daném odvětví. Ostatní stránky jeho businessu, kterým ne nutně musí rozumět, přenechá profesionálům, nebo se s nimi alespoň poradí. Zcela běžně proto začínající podnikatelé hledají externí pomoc v oblasti účetnictví či marketingu. Co ale velmi často začínající podnikatelé podceňují, je právní stránka podnikání v samém začátku. A v čem podnikatelé chybují nejčastěji? Určitě je to volba správné formy podnikání, ve které si podnikatel musí uvědomit nákladovost na jednotlivé formy společností, a jejich personální obsazení. Další chybou je neznalost smluvní dokumentace, tj. neznalost relativního majetkového práva, kdy podnikatelé neznají, kdy a na co mají využít ten či onen typ smlouvy, respektive ho někdy neznají vůbec. Dalším „tenkým lemem“ je neznalost práv a povinností, a právě v tomto případě je nutné zmínit právní princip, že „neznalost zákona nikoho neomlouvá“.

Letošní rok je s ohledem na pandemii covid-19 velkou výzvou také pro firmy. Můžete odhadovat, jak se tyto změny projeví ve vaší oblasti? Předpokládám, že vzdělání bude v tomto případě představovat důležitou výhodu...

Pandemie, se kterou se v současné době potýkáme, a pevně věřím, že úspěšně, nemá v současném světě obdoby. Jen velmi těžko se stanovují prognózy, jak bude svět po této zkoušce vypadat. To se samozřejmě týká všech oblastí, včetně vysokého školství. Lidé budou ve všech oblastech opatrnější, a to se týká i podnikatelského prostředí. Věřím však, že naši studenti jsou natolik dobře připraveni do praxe, že nebudou mít jakékoliv potíže se v nových pracovních oblastech, vzhledem k jejich zaměření, zorientovat a úspěšně prosadit.

za rozhovor poděkovala Eva Brixi ■■■

Bohatí lidé drží své akcie navzdory pandemii

Bohatí investoři a vlastníci podniků zůstávají z dlouhodobého hlediska optimističtí, a to i přes ostrý pokles krátkodobé důvěry v důsledku epidemie koronaviru. To jsou závěry nového čtvrtletního průzkumu Investor Sentiment společnosti UBS, předního světového institucionálního správce majetku.



foto Shutterstock

V tomto průzkumu, který v dubnu oslovil 4108 bohatých investorů a podnikatelů na 14 trzích, uvedlo 70 % respondentů, že jsou optimisty ohledně dlouhodobého hospodářského výhledu pro svůj region, což prakticky nepředstavuje změnu oproti předchozímu průzkumu před třemi měsíci. 46 % vyjádřilo optimismus v krátkodobém horizontu, což je pokles z 67 %.

Podíl investorů vyjadřujících optimismus ohledně krátkodobého vývoje se nejvýrazněji snížil v USA, a to z 68 % na 30 %, a nejméně v Evropě mimo Švýcarsko, konkrétně z 58 % na 50 %. V Asii klesl ze 71 % na 55 %; v Latinské Americe z 60 % na 49 %; a ve Švýcarsku ze 47 % na 28 %.

Celosvětově očekává 47 % investorů, že v příštích šesti měsících ponechají své investice na akciovém trhu ve stejné výši, zatímco 37 % plánuje investovat více. Kromě toho 23 % z nich

věří, že právě teď je vhodný čas na nákup akcií, a dalších 61 % vidí příležitost ke koupi, pokud ceny akcií klesnou o dalších 5–20 %.

Obecně jsou vlastníci podniků také optimističtí ohledně dlouhodobějšího vývoje a mají i nadále v plánu do svých firem investovat. 61 % z nich vidí budoucnost svých podniků optimisticky, oproti 73 % v předchozím průzkumu. 27 % plánuje najmout více pracovníků, ve srovnání se 17 % vlastníků podniků, kteří plánují zaměstnance propouštět. Rozdíl mezi těmi, kdo se chystali počet zaměstnanců zvýšit na jedné straně a snížit na druhé, byl největší v Latinské Americe (+22 procentních bodů) a nejnižší ve Švýcarsku (+2 procentní body).

Investoři i majitelé podniků uvedli jako svou největší obavu epidemií covid-19. Konkrétně to bylo 57 % investorů a 60 % majitelů podniků z řad našich respondentů.

Paula Polito, viceprezidentka divize UBS Global Wealth Management, řekla: „Na 96 % investorů po celém světě říká, že covid-19 jejich životní styl ovlivnil. Většina z nich praktikuje sociální distancování, vyhýbá se davům a necestuje. Mají však odlišné názory na to, kdy nejhorší období krize skončí. Třetina z nich zmínila červen, třetina uvádí podzim, a třetina se domnívá, že až koncem roku nebo později.“

USA

Pouze 35 % amerických investorů je optimisty ohledně vývoje amerických akcií v příštích šesti měsících, oproti 64 % před třemi měsíci. Američtí investoři však výrazně věří, že právě nyní existuje dobrá příležitost nakupovat (33 % z nich). 40 % amerických investorů si myslí, že nejhorší dopad pandemie covid-19 pomine do konce června, přičemž dalších 28 % tipuje konec září.

Latinská Amerika

42 % latinskoamerických investorů plánuje v příštích šesti měsících více investovat – je to vyšší procento než celosvětový průměr (37 %). 47 % z nich se cítí optimisticky, pokud jde o místní akciový trh, což je druhé nejvyšší procento na světě, zatímco 42 % se domnívá, že nejhorší dopad covid-19 skončí do konce června – nejvyšší procento respondentů ve srovnání s ostatními regiony.

Evropa

46 % evropských investorů se cítí optimisticky, pokud jde o evropské akcie, což je pokles z 57 %, ale 43 % plánuje investovat více – nejvyšší procento mezi regiony světa. 41 % z nich očekává, že nejhorší dopad bude pandemie covid-19 mít do konce června, což je druhé nejvyšší procento respondentů v jednotlivých regionech světa.

Švýcarsko

Podobně jako jejich kolegové ve zbytku Evropy jsou švýcarští investoři opatrnější. 35 % z nich plánuje v příštích šesti měsících více investovat, zatímco 30 % se domnívá, že nejhorší dopad pandemie covid-19 by měl do konce června pominout, což je ve výsledcích našeho průzkumu pod celosvětovým průměrem.

Asie

51 % asijských investorů vidí v šestiměsíčním výhledu růst akcií ve svém regionu – nejvyšší údaj ze všech sledovaných regionů. 85 % z nich uvedlo, že pandemie skončí buď do konce června, září, nebo prosince, což je jedno z nejvyšších procent mezi našimi respondenty ve světě. (tz)

~ VYTUNĚNÉ ~ Burger Bulky

PRO TVŮJ SUPER VYPEČENĚJ BURGER

Láďa Grileman

KRÁL GRILU A GRILMEJDAŇ
BBQ LÁĎA KING
GRILEMAN
— GRILUJE A RADÍ —



**SUPER JEMNÉ BULKY, KTERÉ
SKVĚLE DOLADÍ KAŽDÝ BURGER.
DOKONALE SE HODÍ K HOVĚZÍMU
DVOURUČÁKU NEBO DO KŘUPAVA
UGRILOVANÉ VEPŘOVÉ KRKOVICI.**

.....
ŘÍZNI, DEJ NA PÁR SEKUND NA GRIL,
DOLAĎ MASEM, OMÁČKOU A ZELENINOU
A VYCHUTNÁVEJ.

Láďa Grileman



LADĚNO PEKAŘI Z



Stal jsem se krizovým manažerem

Manažerská profese, to nikdy nebyl a nikdy nebude žádný stereotyp. Že je to adrenalin se vším všudy, tedy včetně radosti z toho, co se podařilo vymyslet a udělat, potvrdily zkušenosti Ing. Jiřího Horeckého, Ph.D., MBA, prezidenta Asociace poskytovatelů sociálních služeb České republiky z právě uplynulých dní. Krizovým manažerem se stal téměř z hodiny na hodinu. Začal řídit toto profesní uskupení zcela jiným stylem než doposud. Zařízení sociálních služeb, pod nimiž si většinou představujeme domovy pro ty nejstarší z nás, odkázané na pomoc ostatních, se staly nejohroženějšími místy života v souvislosti s koronavirem:



Ing. Jiří Horecký, Ph.D., MBA

Vaše asociace patrně vstoupila na práh nej-složitějšího období ve své historii. Zařízení sociálních služeb se ocitla v situaci, která ještě více ozřejmila, co stárí či nemoc člověku přináší. Jak byste novou zkušenost popsal?

Stalo se něco, na co se nikdo nepřipravoval, s čím nikdo v takovém rozsahu a s takovou rychlostí nepočítal. A také se ukázalo, že sociální služby byly zejména začátkem celé krize odsunuty na druhou kolej. Je to ohromná zkušenost, kterou bychom asi všichni raději oželeli, ale která nás musí připravit na budoucí podobné situace. Ukázalo se také, že je třeba i řadu věcí dělat jinak.

Co to pro vás znamenalo především? Jakou roli jste sehráli? Více organizátorskou, koordinační, osvětovou?

Můj profesní den a týden se zcela změnil, pracovní nasazení trvalo každý den dlouho do noci, sedm dní v týdnu. Ze začátku krize bylo nutné dát k dispozici poskytovatelům sociál-

ních služeb včas všechny potřebné informace, což nebylo v prvotních informačních zmatcích jednoduché. Hned začátkem března jsme vytvořili postupy, na co všechno se mají ihned připravit. Následovaly další postupy, pro jednotlivé typy služeb, pro používání ochranných pomůcek apod. Poskytovali jsme denně zpětnou vazbu ministerstvům, navrhovali mimořádná opatření Ministerstva zdravotnictví ČR a usnesení vlády ČR, dělali pravidelné průzkumy, kolik chybí ochranných pomůcek, komunikovali s médii a započali bezplatnou distribuci zdravotnického materiálu za více než 20 milionů korun.

Důležitý není věk, ale aby člověk znal a měl smysl svého bytí, aby měl naději, aby měl koho milovat a byl milován, a aby pracoval.

K jakým myšlenkám vás současná situace přivedla? Zmapovala ještě více přednosti a slabiny řízení či financování jednotlivých zařízení? Stala se příležitostí i pro další směřování asociace například v odborné konzultační činnosti?

Asociace se odborné a konzultační činnosti věnuje celkem intenzivně a vydává doporučené postupy. Tato situace mě však utvrdila v jedné věci – je nutné být akceschopný, a to

znamená rychlý. Výstupy, materiály, rozhodnutí, doporučení a konkrétní kroky jsme podnikali ne v rámci dnů, ale hodin. A to se ukázalo jako hlavní přednost – obrovská flexibilita a rychlost.

Měl jsem možnost jako prezident Evropské asociace a člen výkonné rady světové asociace porovnávat aktivity a zkušenosti ostatních a mohu s klidným svědomím konstatovat, že servis, který jsme začali okamžitě sociálním službám poskytovat, nemá v tomto srovnání obdoby. A ještě jedno porovnání je velmi zajímavé a důležité. Kolegové z Itálie, Španělska, Francie, Belgie, Nizozemí, ale i Rakouska, Švýcarska nebo např. z Austrálie, Kanady, Spojených států a dalších zemí, ti všichni shodně konstatovali – zapomněli jsme na sociální služby, nechali jsme je přede dveřmi.

Čím se vyznačují české domovy pro seniory? Rozdílnou úrovní služeb, chápavým přístupem ke starším spoluobčanům, obtavou prací, která je celospolečensky podhodnocená?

V oblasti kvality poskytované péče patříme již k nadprůměru Evropské unie a dokládají to mimo jiné i evropské průzkumy spokojenosti klientů pobytových služeb v Evropě. A práce

v sociálních službách obecně je podhodnocena v téměř celé Evropě. Mimo jiné i toto by mohlo být jedno z pozitiv současné krize – větší pozornost nejen politiků, vlády, ale i široké veřejnosti směrem k sociálním službám. Co je potřeba také velmi ocenit, je přístup zaměstnanců sociálních služeb, nasazení, odhodlání a pochoopení, se kterým pokračovali v péči o ty nezranitelnější, snášení rizik a horších pracovních podmínek, karantén, za to jim patří veliký dík a v tomto obstáli i v evropském porovnání.

Zapojili jste se do aktivit, které měly jednotlivým zařízením přinést peníze, ochranné prostředky a více jistoty, vědomí, že se na ně nezapomíná. Jak moc jste například se Sazkou pomohli? A budete pokračovat?

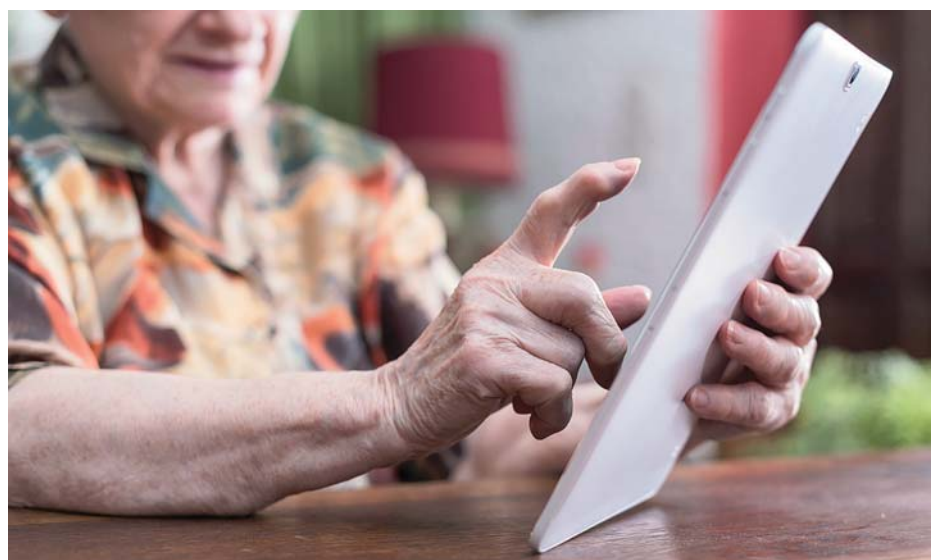
Ta solidarita různých firem či nadací byla úžasná – nechci na nikoho zapomenout, všichni jsou uvedeni na webu www.socialnisluzby.cz. V těchto dnech (v době přípravy rozhovoru ve druhé polovině května) obě výdejní místa (Tábor, Brno), ale i 20 aut společnosti Sazka a IRESOFT ukončují distribuci ochranných pomůcek a materiálu. Rozvezli jsme společně několik desítek tun materiálu a pomůcek za 20 milionů korun.

I pro vás osobně bylo jaro novou praxí. Jak se proměnila vaše manažerská práce? Dokázal jste zachovat chladnou hlavu, nebo jste také, jako většina lidí, propadl emocím?

Stal jsem se během krátké doby krizovým manažerem a krizový manažer musí řídit sám sebe i ostatní a všechny činnosti racionálně, emoce si nemůže dovolit. To neznamená, že neprožívá to, co se kolem něho děje, že neprožívá vztek, radost, nemá naději, ale i strach.

Co je dnes pro fungování vašich členů nejpodstatnější?

Pro poskytovatele sociálních služeb jsou obecně pro jejich fungování nejpodstatnější tři věci. Lidské zdroje, tj. dostatek kvalitních za-



městnanců, finanční zdroje a legislativně stabilní prostředí. A samozřejmě informace co, kdy, jak mají dělat, jak postupovat, na co se připravit, co očekávat.

Mimořádná situace ukázala, jak prospěšné je mít silné profesní uskupení. Promítne se to do vaší strategie?

Je nutné zmínit, že jsme neřešili kritickou situaci jen z vnějšku – tedy okamžitou změnou přístupu a aktivit směrem k našim členům, ale také zevnitř.

Mezi klíčové aktivity Asociace patří vzdělávání a konferenční činnost, to všechno jsme museli na čtyři měsíce zcela zrušit. Naše finanční ztráty budou 1,5–2 mil. Kč. A protože jsme naše zaměstnance nenechali doma „na překážkách“, ale začali provozovat covid-19 infolinku a začali koordinovat výdej a distribuci ohromného množství materiálu a pomůcek, přišli jsme tím o možnost refundace v rámci programu ANTIVIRUS. Věřím však, že nám naše členské organizace pomohou a v druhé polovině roku objednájí vzdělávací aktivity a pomohou nám snížit finanční dopady naší pomoci.

Čas měří všem stejně. Bojíte se někdy věku, k němuž tak jako tak dospějete?

Víte, když jsem byl hodně mladý, ve věku 16–20 let, tak jsem o tom hodně přemýšlel a bál jsem se stárnutí. Asi to není běžné, neboť v tomto věku to patrně nikdo moc neřeší, nicméně já jsem se tím hodně zabýval. Pak jsem se stal v 25 letech ředitelem domova pro seniory, a jak jsem trávil čas s klienty těchto zařízení a poslouchal jejich příběhy, naděje, potřeby, tak jsem si uvědomil, že každá životní fáze je jiná a není možné ji hodnotit či se jí „bát“ z jiného životního pohledu/fáze. Velkým poučením pro mě bylo poznání toho, jak jsou někteří senioři smíření s životem a Bohem, ale také nasycení životem a smíření s odchodem. Co se nám nyní jeví jako nepředstavitelné, bude akceptovatelné za dvacet let. Důležitý není věk, ale aby člověk znal a měl smysl svého bytí, aby měl naději, aby měl koho milovat a byl milován, a aby pracoval. Nedávno jsem slyšel rozhovor s hercem Petrem Nářožným, který prohlásil nesmírně důležitou větu, která odráží můj životní přístup: „Jediná brzda stárání, skutečná brzda stárání, je práce.“

ptala se Eva Brixí



Jsme pivovar z hor a horalové něco vydrží

Přijíždí-li můj bratr z Jesenicka ke mně do Prahy na návštěvu, vozí s sebou v autě několik beden lahvého, avšak jedné jediné značky. Je to Holba, jeho věrná kamarádka. Můj bratr je její patriot stejně jako všichni jeho kamarádi z vesnice, kde jsme toho společně prožili víc než dost. Také se na ty dávné roky plné neskutečných příběhů při Holbě pěkně vzpomíná. Ne nostalgicky, ale s peprným humorem, který se zapisuje tamním lidem pod kůži i mezi vrásky, jež přibývají s běžnými starostmi dne. O to více mne zaujaly informace o aktivitách tohoto pivovaru v uplynulých týdnech. Svou pozornost zaměřil na pomoc restauracím a hospodám, aby mohly po nucené uzavírci co nejlépe nastartovat. Servisní týmy objížděly provozovny partnerů a v jinak nebývalém období bez hostů zdarma prováděly sanitaci výčepních zařízení, aby si zákazníci opět mohli zatím alespoň na zahrádkách posléze vychutnat své oblíbené pivo v prvotřídní kvalitě. Ale zdaleka nejen to. Co vše se tedy v Pivovaru HOLBA, a.s., dělo? A o čem přemýšlel ředitel Ing. Vladimír Zíka?



Ing. Vladimír Zíka

Jaro měly pivovary smutné. Mnohé stály, pivo se nevařilo. Co se dělo u vás?

Pandemie, resp. vládní opatření samozřejmě výrazně změnila plány i nám. Piva prodávaná v běžné maloobchodní síti, tedy pivo lahvé a pivo plechovkách, od nás odběratelé odebírali i nadále a spolupráce pokračovala, byť především v březnu v omezené míře. Výpadek nás, stejně jako všechny ostatní pivovary, ale postihl v oblasti sudového piva, které najednou nebylo jak prodávat. Ani později povolený prodej prostřednictvím výdejních okének to-

mu příliš nepomohl. Tady šlo spíš o udržení si vztahu se zákazníky, možnost dopřát jim čepované pivo, ale u takto prodaného nešlo o významné objemy. Provoz pivovaru jsme tedy omezili a část zaměstnanců, u kterých to bylo možné, pracovala z domova. Šlo samozřejmě hlavně o zdraví. Jsme ale potravinářský provoz, tedy naše hygienické standardy jsou dlouhodobě na velmi vysoké úrovni. Zásadně jsme redukovali vstup cizích osob do areálu pivovaru, snížili jsme kontakt mezi zaměstnanci, přibýly roušky, zavedli jsme častější dezinfekce rukou i pracoviště a zvláštního zacházení se dočkalo

i pracovní oblečení zaměstnanců. Naši lidé jsou ale skvělí, a tak si i s takto nečekaným stavem velmi dobře poradili.

Pivovar Holba se snažil pomáhat svým odběratelům – hospodám a restauracím. V čem a jak?

Uzavření hotelů, restaurací a hospůdek se samozřejmě dotklo všech, ale zatímco pivovaru zůstaly alespoň tržby z lahvého a plechovkového piva, restauratéri až na výjimky přišli o všechny tržby. Naším partnerům jsme proto pomáhali s přípravou na znovuzahájení provozu po nucené uzavírci. Naše servisní týmy tak objížděly provozovny, kde zdarma prováděly kompletní sanitace výčepních zařízení. To jsou zásahy, na které za plného provozu nebývá vždy dostatek času, a tak bylo nejlepší k nim přistoupit právě teď. Naším hospodským jsme nabídli také vybavení, které momentálně nenajde využití zejména kvůli zrušeným festivalům a jiným větším akcím. Slunečníky, pивní sety a mobilní výčepní zařízení tak slouží ke zvýšení kapacit jejich zahrádek, a tedy i jako pomoc k zajištění vyšších tržeb a částečnému pokrytí jejich výpadku. Nezastavili jsme se, ale výsledek nás těší. Díky tomu si totiž naši zákazníci zase mohou dopřát čepovanou Holbu v té nejvyšší kvalitě.

Holba Keprník přesto, že se neprodávalo jako točené, své zákazníky potěšilo v malých soudcích. Jak reagovali?

Orientace Pivovaru Holba je převážně na piva sudová, jde zhruba o 55 % celkového výstavu (průměr v ČR za rok 2019 byl 35 %). Karanténa samozřejmě zájem o sudové pivo utlumila, zvýšila však zájem o pivo lahvé a plechovkové. Změnu organizace práce v pivovaru to vyžadovalo, ale nebylo to nic, s čím bychom si neporadili. Zároveň jsme ale hledali řešení, jak

Je skvělé vidět, jak zákazníci reagují na něco nového, je to inspirace i pro naše další piva. Např. již na léto chystáme oblíbené plechovkové pivo Holba Horské byliny v nealkoholické verzi také jako čepované. A v polovině září máme v plánu uvést na trh absolutní novinku – Holba Svatováclavský nepasterovaný ležák 12 %.



některá piva z naší nabídky, která se do té doby prodávala výhradně čepovaná, tedy dodávaná v sudech, dostat k běžným zákazníkům. Unikátní ležák Holba Keprník proto vznikl v limitované edici ručně plněných pětilitrových soudků a musím říct, že nás velmi potěšil nad očekávání příznivý ohlas.

K čemu vás to inspirovalo?

Fakt, že se po zmíněné limitované edici Holba Keprník doslova zaprášilo, nás opravdu příjemně překvapil, dokonce natolik, že zvažujeme jeho zařazení do naší stálé nabídky. Je skvělé vidět, jak zákazníci reagují na něco nového, je to inspirace i pro naše další piva. Např. již na léto chystáme oblíbené plechovkové pivo Holba Horské byliny v nealkoholické verzi také jako čepované. A v polovině září máme v plánu uvést na trh absolutní novinku – Holba Svatováclavský nepasterovaný ležák 12 %. Věříme, že obě novinky budou mít stejný ohlas jako soudky Holby Keprník. Krize zpravidla nepřináší jen negativní zprávy, často jsou i impulzem k něčemu novému. Od začátku nám bylo jasné, že je situace vážná, ale pokud ji máme zvládnout, musíme začít hned vymýšlet nové věci, hledat způsoby, jak podpořit restaurace a hospody, zkrátka jak z toho malého společně vyjít silnější a lepší. Jsme pivovar z hor a horalové něco vydrží.

Dnes už zase mohou Češi na pivo chodit. Změnilo se v jejich chování něco? Nebo se už do hospod a hospůdek zase vrací rozvernost, smysl pro humor, vtipy a debaty o čemkoli?

Restaurace jsou otevřené krátce, takže čísla teprve uvidíme, ale nemám pochyb o tom, že si Češi svou jedinečnou pivní kulturu nenechají vzít ani virem, ani ničím jiným. Jsem přesvědčen, že kdo si našel cestu do hospody před karanténou, najde si ji i nyní, a postupně se přirozenou cestou opět vrátíme do „normálního“ stavu a k humoru nám vlastnímu. Starost tedy nemám ani tak o to, že by lidi přešla chuť na dobré pivo, ale o to, aby si jej měli kde dát. Pro řadu restaurací a hospod jsou více než dva měsíce bez hostů, tedy i příjmů, existenčním problémem. Chceme-li je zachovat, vážíme-li si

obětavosti a odhodlání jejich majitelů a provozatelů, tak bychom je v tom neměli nechat.

Jak jste vy sám reagoval v okamžiku, když jste se dověděl, že musíte přestat vyrábět? A stal se z vás krizový manažer ze dne na den?

Nevím, jestli krizový manažer je ten pravý výraz. Je ale pravdou, že v pivovaru bylo třeba velmi rychle upravit některé procesy, což při zásadním nedostatku informací od státu, které byly k dispozici, a navíc se stále měnily, bylo poměrně složité. Díky dobrému plánování se ale vše podařilo, pivo jsme zachránili a nic nepřišlo nazmar. Rozhodně by se to ale neobešlo bez našich zaměstnanců, kteří mají k našemu regionu stejně silný vztah jako Pivovar Holba. Těm patří největší dík za zvládnutí asi nejnáročnějšího období v našem pivovaru.

Řídil jste v nejsložitějších dnech podnik z domova, nebo jste byl v plném nasazení ve firmě? A měl jste tehdy na pivo vůbec chuť?

Správný ředitel pivovaru by měl mít pivo po ruce vždycky, ne? Byl jsem vždy tam, kde jsem byl zrovna nejvíc užitečný. Něco samozřejmě uřídit na dálku lze, ale záležitosti kolem provozu a rychlé změny musíte koordinovat na místě. Kapitán lodi má být na lodi bez ohledu na sílu bouřky, jaká se právě blíží.

Popsal byste největší zkušenost z března a dubna? Co bylo nejsmutnější a co dalo závdavek k novým myšlenkám, pobídka marketingu, inovacím?

Vždy zkouším i na špatných věcech najít ty dobré. Přišla situace, kterou nikdo z nás neznal, nevěděl, co od ní očekávat, jak dlouho potrvá. Určitě jsme bohatší právě o tyto zkušenosti, co všechno můžeme zvládnout a na koho se lze v těžké době spolehnout. A také nám tato doba přinesla nové podněty, které budou, ať už nuceně, anebo dobrovolně, přeneseny do stálého chodu pivovaru. Třeba zmíněná limitovaná edice piva Holba Keprník by pravděpodobně bez nastalé situace nevznikla. V hlavě mám několik dalších nápadů, ale ty si zatím

nechám pro sebe. Na smutné věci vzpomínat nechci, ale těch dobrých bylo moc. Sounáležitost, jak lidé táhli za jeden provaz, pomáhali si, byli ohleduplní. To nešlo nevidět, a tak jsme ty nejryzejší charaktery v průběhu karantény také oceňovali. Samozřejmě tím, co umíme nejlépe, tedy pivem.

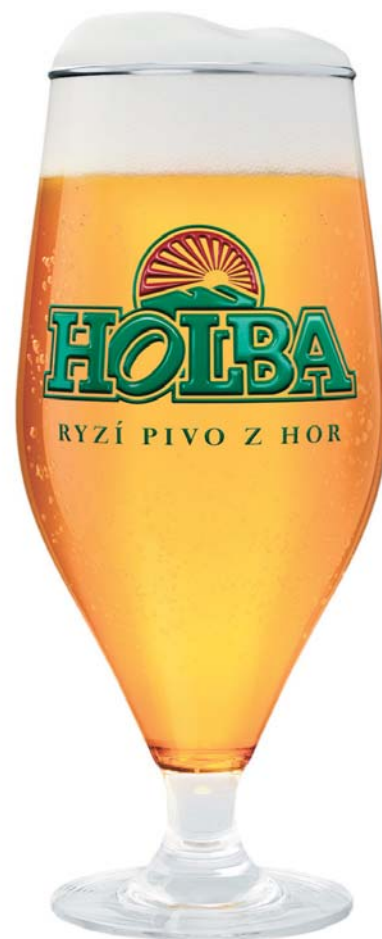
Pokud přijde horké léto, je šance dohnat výpadek?

Jak jsem již řekl, faktorů ovlivňujících současný a budoucí stav je mnoho, těžko prognózovat průběh nejbližšího léta. Fakticky se ale dle mého nedá výpadek prodeje za měsíce březen až květen dohnat nikdy. Jestli horké léto přinese nějaké příznivé výsledky, budou to výsledky „běžného“ letního prodeje, na které bych nepohlížel jako na stahování červených čísel z jara.

Vašimi exportními trhy jsou například Rusko, Německo, Itálie, Kolumbie. Budete ve druhé polovině roku vyvážet i tam?

Prioritou je pro nás nyní obnovení domácího trhu. Vývoz bude ovlivněn i situací v zahraničí, možnostmi přepravy, opatřeními daných států a podobně. Ale samozřejmě, hodláme co nejdříve obnovit i dodávky na zahraniční trhy, jakmile to jen bude možné. Našimi hlavními odběrateli piva jsou Slovensko, Polsko a Německo, čili tam budeme směřovat většinu našich exportních aktivit.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí



Jak dobře šéfovat na dálku

Na českém trhu působí personálně-poradenská společnost Quanta Human Resources CZ s.r.o. od roku 2017. Ve světě má firma přes 40 poboček – kromě Česka také v Itálii, kde se od roku 1997 nachází hlavní sídlo firmy, ve Švýcarsku, Spojených státech a Rumunsku. Od 1. ledna 2020 vlastní Quanta značku JobConnector. Quanta se specializuje na hledání velmi kvalifikovaných lidí v letectví, lodářství nebo v produkci železničních vozidel, JobConnector se věnuje náborům lidí ze zemí mimo EU převážně pro výrobní firmy v automobilovém průmyslu a logistice. Tomáš Surka, generální ředitel společnosti, se zamýšlel nad tím, jak být dobrým šéfem na dálku. Inspirovala ho jarní koronavirová situace:

Pandemie i nadále nechává řadu zaměstnanců pracovat ze svých domovů. Jak by si měli s kolegy na home officu poradit jejich šéfové?

Určitě by neměli podlehnout obavám z nedostatečného dozoru. Už měsíce trvající nouzová opatření uvěznila v domácích „kancelářích“ velké množství pracovníků. Stále více převládá dojem, že pracovat na dálku možné je, a lidé se při tom chovají zodpovědně, neflákají se a skutečně odvádějí očekávané výkony. Proto by šéfové neměli propadat představě, že své podřízené musí vzdáleně neustále kontrolovat. Pokud někdo takové obavy má, asi mu v týmu scházejí lidé, na které je spolehnouti.

Je na místě se ptát, zda podřízeným doma něco nechybí k tomu, aby mohli pracovat efektivně?

Čas od času zcela určitě. Vyjádřte tak zájem o ně, což většinou potěší. Je také nutné zajistit snadný přístup k důležitým dokumentům a nastavit procesy tak, aby všichni vše zvládali na podobné úrovni.

Co je ještě hodně podstatné?

Podřízení by měli vědět, jak jejich kolektiv funguje i bez osobního kontaktu. Dobrý šéf musí dát svému týmu vedenému na dálku jasnou představu o tom, jaký má pracovní týden strukturu a řád. Týká se to například pravidelných porad. Aby zaměstnanci měli přehled o všem, nač jsou zvyklí z kanceláře.

Není někdy přece jen lepší setkat se?

Běžné neboli operativní schůzky lze vyřídit na dálku s pomocí videokonference. Tuto zkušenost si podle všeho firmy odnesou jako poučení i dobrou praxi z koronavirové epidemie. Některé typy schůzek si však žádají výhradně osobní kontakt. Jde například o první setkání s klientem nebo se zájemcem o práci

ci v týmu. Týká se to i závažných strategických vyjednávání. Ty je prostě lepší dělat napřímo. Přes videohovor nemůžete protistranu vnímat tak dobře jako na živo. Mohou vám uniknout některé důležité detaily.



Tomáš Surka

Emoce jsou důležitým prvkem při obchodních schůzkách, na nich často záleží, jak se business vztah vyvine. V posledních měsících však osobních setkání proběhlo daleko méně, než bývá zvykem. Jak tedy optimálně ladit komunikaci z domova, aby vše dobře dopadlo?

Určitě je dobré, pokud se opravdu nejde sejít osobně, domluvit se alespoň na společné videokonferenci. Abyste obchodního partnera viděli přinejmenším takto zprostředkovaně. Nonverbální komunikace je často minimálně stejně významná jako to, co řeknete. Doporučuji také při uzavření takového obchodu nezapomenout zorganizovat osobní setkání hned, jak to situace umožní.

Při videokomunikaci není radno podceňovat jisté zásady...

Videokonferenci s podřízenými je lepší vést z uklizeného pracovního koutu, stolu nebo z místa, které takové prostředí připomíná. Určitě není vhodné volat svým podřízeným z ložnice a v pyžamu. Neformální oděv však nevadí, nejlépe je ale se obléct tak, jak je šéf zvyklý z běžného kancelářského provozu. Samozřejmě by měla být domluva s rodinou, že není vhodné volajícího při poradě s kolegy vyrušovat. Pozor na směřování kamery a na oblečení. Předjedete tak trapasům.

Myslíte si, že se podnikatelům a manažerům z domova pracovalo v březnu až květnu svým způsobem komfortně? Nebylo to pro lidi, kteří jsou týmovými hráči, až příliš skličující?

Záleží na osobnosti každého a také na podmínkách, které doma má. Jinak se pracuje z domova, když máte plně vybavenou pracovnu a klid a jinak z kuchyně, kde si vaši pozornost vyžadují tři děti. Určitě ale existují lidé, kterým trvalý home office nevychovuje a já mezi ně také patřím. Do kanceláře jsem se těšil a šel jsem do ní hned, jak to bylo trochu možné.

Užívali si tito lidé změn, které nastaly v jejich profesním životě, anebo to bylo tolik nových zkušeností a podnětů, že byli spíš rádi, že to vůbec přežili?

To se velmi liší podle oboru, ve kterém kdo působí. Někteří to měli skutečně jako nečekanou dovolenou, někteří byli a jsou ve velkém stresu a obavách z budoucnosti. A někteří pracovníci se přes noc proměnili na krizové manažery a měli práce daleko více než před vypuknutím koronavirové krize.

Pro ženy-šéfky byl home office asi dost vyčerpávající, protože mnohé z nich si stěžovaly, že musely o sto procent změnit styl a organizaci práce, aby doma stihly ještě uvařit, učít se s dětmi, zvládat sport, procházky i vzájemnou komunikaci... Co doporučit, aby se člověk v takovém případě nezbláznil?

Těch tipů a rad se v poslední době objevilo opravdu hodně. Podle mě je nejdůležitější umět oddělit pracovní část dne a tu domácí, být jsem celý den doma. V opačném případě to může vést k nonstop práci a vyčerpání, nebo naopak k poklesu výkonu.

ptala se Eva Brixi

Cukráři i fotografové začali fungovat online

Poskytovatel e-shopových řešení Shoptet zaznamenal během karantény prudký nárůst nových e-shopů z řad poskytovatelů lokálních služeb. Během posledních dvou měsíců na platformě vzniklo přes 420 internetových obchodů, které nahradily provoz dočasně uzavřených kamenných poboček. Patří mezi ně kavárny, cukrárny či vinárny, ale také třeba kadeřnictví nebo fotografické ateliéry.

Online prodej voucherů nebo rozvoz jídla na objednávku pro tyto podniky často představoval jedinou možnost, jak pokračovat v podnikání. Více než 70 % z nich si ale svůj e-shop plánuje ponechat i nadále.

Povinné uzavření provozoven bylo pro značnou část podniků důvodem pro zřízení vlastního e-shopu. V rámci největší české platformy e-shopových řešení Shoptet vzniklo během karantény 420 takových internetových obchodů. „Jde zejména o poskytovatele lokálních služeb, jako jsou kavárny, cukrárny, vinárny, ale třeba i kadeřnictví nebo fotografická studia. Před karanténou mělo u nás svůj e-shop 32 % podniků s kamennou prodejnou, po karanténě se jejich podíl zvýšil na 34 %,“ uvedl Miroslav Uďan, CEO společnosti Shoptet.

Podniky z oblasti gastronomie a pohostinství si e-shopy zřizovaly pro online objednávky dovozu jídla a nápojů nebo jejich vyzvednutí



foto Pixabay

z výdejních okének. Na Shoptetu jich během karantény vzniklo 120, většina z nich má navíc v plánu fungovat online i nadále. „Po uzavření naší provozovny následovalo několik dní obav o budoucnost. Nakonec jsme pomocí e-shopu vytvořili online kavárnu, abychom se opět mohli dostat k lidem. Nabídka je jednoduchá, ale funguje to. Hosté zareagovali velmi rychle a jsou rádi, že existuje způsob, jak nás mohou podpořit. E-shop je pro nás dalším krokem, otevírá nové možnosti a rozhodně si jej necháme i poté, až bude kavárna opět v provozu,“ řekla Anna Biolková, zakladatelka kavárny a hostelu Příběh z Týnce nad Sázavou.

E-shopy provozovatelů kadeřnictví nebo fotografických ateliérů zase nabízejí možnost zakoupit online předplacené poukazy na konkrétní služby. „Podobně jako u restaurací vznikaly i v těchto segmentech vyloženě krizové e-shopy, tedy rychle a bez velkých příprav. Důležité pro ně bylo zprovoznit nový prodejní kanál, který může fungovat kdykoliv, bez ohledu na aktuální situaci. Velká část z nich ale zvažuje právě to, že si e-shop ponechá i do budoucna, až se vše vrátí k normálu. Karanténa totiž mnoha podnikům ukázala, že internetový obchod může být nejen výhodou, ale mnohdy i nutností,“ dodal Miroslav Uďan. (tz)

I bez lepku si můžete pochutnat

Trpíte intolerancí na pšeničný lepek? Nebo chcete tělu odlehčit od nadměrné konzumace této bílkoviny, ulevit svým zdravotním problémům či zhubnout, a cítit se tak lépe?

Vitacelia, řada bezlepkového pečiva od Penamu, je určena především pro lidi trpící celiakií, jeho vynikající chuť i vůni si mohou ale dopřát i ti, kteří se chtějí zdravě stravovat. Všechny výrobky z řady Vitacelia s novým atraktivním balením společnost peče ve vlastních pekárnách na Slovensku, v ČR jsou k dostání v obchodním řetězci Tesco. Vitacelia zahrnuje několik druhů bezlepkového pečiva, a to jak slané, tak sladké. (tz)



Vymýšlíme, vyrábíme a prodáváme pod vlastní značkou do celého světa



Jan Bednář

Všichni potřebujeme jíst. Někdo však musí zaset, sklídit, zpracovat. Dnes je zemědělství stále více o inovacích, zvyšování produktivity práce, nových až převratných technologiích. Na potenciál půdy, možnosti a změny klimatu či lidských zdrojů nahlíží také konstruktéři a výrobci zemědělských strojů daleko více než kdy jindy. Úspěšně si vede česká rodinná společnost BEDNAR FMT s.r.o. z Prahy. Obchodního ředitele Jana Bednáře jsem se zeptala:

Vaše firma se profiluje jako rodinná. Proč jste zvolili tento model podnikání?

BEDNAR FMT se dříve jmenovala STROM Export a byla součástí skupiny STROM Centrum, kterou zakládal a spoluvlastní můj otec. Já přišel do firmy STROM Export v roce 2006 a můj bratr v roce 2008. Otec v rámci skupiny směnil akcie se svými obchodními partnery v roce 2013. Součástí změny vlastnictví bylo i přejmenování firmy. Vybrali jsme jméno firmy vycházející z našeho příjmení, protože jsme si chtěli stát za svými produkty a být na ně hrdí. Mít příjmení na produktu znamená závazek, jste tak s produktem stoprocentně

spojení. Mě i bráchu náš obor nesmírně bavil a baví, táta to zřejmě vycítil, a proto směnil akcie a přešli jsme na rodinný model podnikání.

Na trhu působíte 22 let a za tu dobu jste určitě nasbírali řadu zkušeností. Jaké jsou ty zásadní?

Nejzásadnější zkušenost – diverzifikace rizik spojených s mnoha trhy. Když vám nefunguje jedna část světa, tak prodáváte do jiné. Náš podíl exportu je okolo 90 %. Je to ovšem o velké vůli a velkých počátečních investicích. Nyní usilovně pracujeme na produktové diverzifikaci. Je to běh na několik let. Toto funguje.

Nejprve jste zemědělské stroje prodávali do zahraničí, nyní je především vyrábíte. Co vás vedlo k tomu, abyste zákazníkům nabídli vlastní řešení?

Důvod byl prostý, sami vyrábíte, sami odpovídate za kvalitu a můžete ji ovlivnit. Toto byl hlavní důvod. Také vyšší přidaná hodnota, už to není tak, že za korunu koupíte a za dvě prodáte. To už dávno nefunguje. My vymýšlíme, konstruujeme, vyrábíme pod vlastní značkou a prodáváme do celého světa.

Kdy jste založili oddělení vývoje? A kolik strojů je již vaší konstrukce a v čem vaše know-how dává odběratelům tu největší přidanou hodnotu? Jinými slovy – co vaše stroje všechno umí?

Oddělení vývoje jsme založili v roce 2003. Byl to jeden konstruktér. Nyní máme ve vývoji zhruba 35 pracovníků. Co je dobré znamení, že se k nám stále hlásí noví konstruktéři! To je důkaz, že to neděláme špatně. Zkonstruovali jsme hodně strojů – nevím kolik přesně. Nejvíce může být naše firma hrdá na projekt sekcí strojů, který jsme spustili před pěti lety a loni prodali přes 100 kusů. Téměř celá konkurence má secí stroje ve výrobním programu nejméně 20 let, mnohé z nich jsme předešli a jiné doháníme. Snažíme se stroje dělat podle doporučení našich VIP zákazníků, podle nových systémů precizního zemědělství a v neposlední řadě podle nových požadavků na ekologický způsob rostlinné výroby. Není lehké toto vše skloubit.

Podle jakých poznatků či pravidel inovujete? Berete v úvahu to, že je v Česku stále větší sucho, že stroje nemají být nadměrně těžké, s co nejjednodušší údržbou, větší produktivitou?

Sucho je v naší firmě největší téma. Naši agronomičtí poradci mají s konstruktéry pravidelné meetingy, a jenom řešíme, jak udržet vláhu v zemi. U strojů jsme změnili pracovní části, tak aby docházelo k co možná nejmenšímu vysušování. Jde o celý soubor opatření, který je nutné změnit, a nastavit správně agrotechniku.

Máte svoji práci podloženou také nějakým patentem či průmyslovým vzorem?

Patentové oddělení jsme založili teprve před dvěma lety. Byli jsme takoví nazdárkové a divili se, že naše nápady využil chytrý někdo jiný. Stále se ale v tomto odvětví učíme, již nejsme tak naivní. Patentů a průmyslových vzorů máme několik.

Investujete nejen do realizace nápadů, ale také do výstavby, nedávno jste uvedli do provozu novou montážní halu, pokračujete dál. Nepřepadá vás někdy myšlenka, že je to všechno zbytečné, že se ty prostředky nikdy nevrátí?

Pokud máte velkou celosvětovou síť, která se skládá z předních prodejců zemědělských strojů, investovat musíte. Ty jste získali velkými náklady na zahraniční pobočky, které vám i několik let prodělávaly, a pak za podpory zahraniční pobočky získáte top dealery (prodejce). Není nic snazšího, než je ztratit. Neztratíte je jen, když jim dáte produkty s myšlenkou a kvalitou – ty oni začnou ve velkém prodávat, když jim ale nedáte vyhovující dobu dodání produktu, tak vše, co jste předtím udělali, bylo k ničemu. Je to dlouholetá práce s velkými investicemi do lidí, výstavba již je přirozená součást a důsledek vývoje firmy.

Vypovídají dosavadní obchodní vazby o tom, že zemědělství bude stále věčným oborem s rostoucím celospolečenským a ekonomickým významem? A bude v něm prostor pro technologie, jež zvýší výnosy, půdě dodají potřebnou péči, lidem ulehčí a zpříjemní práci?

Vždy to tak vypadá, ale před covid-19 byl zemědělec pobírač dotací, pěstitel řepky, a ničitel

přírody, protože používal glyfosát. Potom, co byly prázdné regály, si snad něco lidé, kteří nemají hlavně díky jednostranným médiím ponětí, o čem zemědělství je, něco uvědomili. Zemědělství je obor, který má zajistit potraviny, a to za nějakou cenu, která celé společnosti, opakuji celé společnosti, zajistí výživu. Minulý týden jsem potkal

Vše je důležité, ale nejvíce z toho je to nadšení. Bez nadšení můžete mít vizi, odvahu, i možná cíle, ale nedosáhnete jich.

pána v hospodě na pivo, když se dozvěděl, že pracuji v zemědělství, tak spustil, tak jako vždy a všichni: dotace krádež, řepka hrůza, glyfosát smrt. Já odpovím jako vždy: dotace zrušit, ale celoevropsky. Řepka je zlepšující plodina, díky které zemědělcům alespoň trochu vychází ekonomika, dejte za rohlík pět korun a budou pěstovat pšenici, no problem. Glyfosát se běžně v 95. roce pil během prezentací, ti lidé, co pili panáky glyfosátu, stále žijí... Opravdu dá matka

samoživitelka pět korun za rohlík? Pán, který jezdí Superbem a je podnikatelem, manažerem nebo dobře placeným úředníkem, na to má jiný názor... Ale co ona?

Technologie jsou jediná cesta, lidé v zemědělství nejsou a nebudou. Zastropováním velikosti parcel bude potřeba lidí daleko více. Tak uvidíme, jak to dopadne...



Základ rodinné firmy – otec Ladislav Bednář (uprostřed) a synové Vojtěch (vlevo) a Jan

Kde všude již vaše stroje pomáhají? Kam byste ještě rádi zamířili?

Export nám dělá 95 % tržeb. Vyvážíme nyní do 38 zemí, včetně Austrálie, Afriky nebo Číny. Mým velkým snem a cílem je nyní Severní Amerika, kam se chci na pár let přestěhovat.

Všechn ten potenciál rostoucí firmy je potřeba správně manažersky uchopit. Ne každý to umí. Co si myslíte, že je dnes pro řízení lidí a spravování majetku nejdůležitější? Odvaha? Vize? Cíl? Možnost seberealizace? Každodenní nadšení a radost z toho, co člověk dělá?

Ve firmě, která má stovky zaměstnanců a zaměstnává lidi od Číny až po Kanadu, potřebujete manažery, kteří vám pomohou řídit, a na které se můžete spolehnout. Poradí, mají chuť prosadit svůj názor. Vše je důležité, ale nejvíce z toho je to nadšení. Bez nadšení můžete mít vizi, odvahu, i možná cíle, ale nedosáhnete jich.

Stále častěji se mluví o hledání talentů, neobvyklých metodách vedení, originálním přístupu, experimentu, síle osobnosti v čele firem. Je to opodstatněné? Co si pod tím představujete?

Nevím, jak se hledá dobrý talent pro výrobu, nerozumím tomu. Myslím, že ale vím, jak vypadá talent pro obchod a marketing v našem odboru. Základem je přehled o oboru a nadšení, všechno ostatní se člověk naučí, včetně cizích jazyků. Já vždy ukážu, poradím a pak chci, aby to „talent“ zopakoval, a pokud možno vyšperkoval. Pak dostane důvěru a volnost, tu buď zklame/zneužije – párkrát jsem se velmi mylil, nebo nezklame a pak může postupovat dál ve firemní hierarchii.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí

Boty v naší hlavě

Bývaly doby, kdy jsem utíkala z jednoho pracovního jednání na další i v parném létě po pražských dlažebních kostkách na vysokých podpatcích. Užívala jsem si to, chtěla jsem se líbit, patřil mi svět. Dnes mi je o několik desítek let více a nic moc se nezměnilo, až na jedno: prvořadě je pohodlí. Není-li, odmítá hlava pracovat. Když bolí nohy, mozek neposlouchá. A tak při koupi nových botiček nezaměřuji pozornost jen na to, jak moc jsou nápadité, krásné, barevné a okouzlující, ale hlavně k jakému účelu mi budou sloužit a jestli v nich něco vydržím. A chválím ty výrobce, kteří myslí i na naši psychiku, kteří vědí, co kvalitní bota člověku všechno přináší. Jedním z takových je SANTÉ – zdravotní obuv s.r.o. Majitele firmy Dominika Šprunka jsem se proto zeptala:

Bylo jich ale zoufale málo a velice omezený výběr.

Není riskantní nabízet lidem obuv se zdravotními benefity, když většina vybírá jen podle toho, jak se jim které botky líbí?

Ano, je to risk, ale hlavně je to o dost těžší takovou obuv vyrobit, protože musíte skloubit pohodlí a estetiku. Úzká a malá botka je pochopitelně hezčí nežli širší a velká. Navíc při zásazích do klasických technologií musíte dělat větší série nebo si ty změny jednoduše zaplatit.

Jak přispívá optimální obutí k dobré náladě, výkonnosti, správnému držení těla, kvalitní funkci lidského organismu?

Jsem přesvědčen, že přispívá velmi. Pokud se cítíte v pohodlných botkách komfortně, pokud se bolest zad postupně vytrácí a dochází ke správnému prokrvení, tak se přeci musíte cítit lépe. Pochopitelně toto se odráží i na lidské psychice.

Lidé z businessu dbají na svou image a vědí, že první dojem boduje. Podle toho se také oblékají a obouvají. A zejména ženy posléze opouštějí nejrůznější jednání a společenská setkání se slzou v oku a nahradí teniskami v kabelce... Jak moc ovlivňuje pohoda v botě naši hlavu?

Správné obouvání tkví i v tom, že se máte několikrát za den (podle příležitosti a činnosti) přezout do různých bot. Na „teniskách v kabelce“ tedy nevidím nic špatného. Takže jednání může proběhnout v lodičkách na jehlách, když před a po jednání dopřejete svým nohám dostatek pohodlí. Mimochodem i některé lodičky mohou být pohodlné!

Neplánujete připravit business kolekci? Reprezentativní, krásnou, trošičku výstřední, ale zároveň takovou, aby přinášela ten nejvyšší zdravotní komfort tam, kde se šéfky a šéfové hodně naběhají? Třeba na veletrzích, výstavách, prezentacích? Abychom „tu dřinu“ zkrátka vydrželi i v třicetistupňových vedrech?

Stále se o to snažíme, ale při průzkumu jsme dospěli k názoru, že se nedá zavděčit každému, a tak to vždy sklouzne k takové konzervativnější klasice. Můj názor je, že jedny z nejpohodlnějších bot jsou sportovní boty, protože jsou vyvíjeny na velkou zátěž. Navrhli jsme například tedy pánskou společenskou obuv Pegada na sportovní podešvi. Zákazníkům ale vadilo, že v zadní části je trochu vidět vzduchový polštář, který zajišťuje maxi-



Dominik Šprunk

Založil jste podnik, který si vzal za cíl naučit nás správně obouvat. Co vás vedlo k této cestě?

Krátce po revoluci jsem si všiml, že lidé se začínají častěji poohlížet po věcech, které jsou více zdravé či zdravě prospěšné. Začali více sportovat a dbát o sebe, začali se zajímat o vše bio, a začali po dlouhých letech upřednostňo-

vat české výrobky. Toto vše mě vedlo tento rozvíjející se prostor vyplnit i naší zdravotní obuví SANTÉ.

Měl jste sám špatné zkušenosti z bot, které jste musel nosit?

Ani ne, moje máma pracovala ve zdravotnictví a snažila se nám takové boty kupovat.



SANTÉ – zdravotní obuv s.r.o. dlouhodobě obouvá celou rodinu Slánských z Hostovic, kterým se poštěstila čtyřčata

mální komfort při došlapu. Je to tedy o kompromisech. Není nikdy lehké vše skloubit, a ještě za příznivou cenu.

Z jakých poznatků vychází vaše firma při konstrukci nových modelů? Mění se noha člověka? Třeba v souvislosti s životním stylem?

SANTÉ – zdravotní obuv vychází především z našich úspěšných modelů, které se snažíme ještě více vylepšit, plus nabídku rozšířit. Dále pak se snažíme adaptovat úspěšnou zahraniční obuv na českou nohu. Málokdo si uvědomuje, že Češi mají jiné parametry nohy než například Italové, nebo dokonce Číňané.

Ano, noha člověka se vyvíjí a podle našich poznatků v posledních letech i dramaticky. Například v devadesátých letech byl z každoročního měření dětských nohou evidentně znát nástup prodeje levné asijské obuvi z tržnic. A my konkrétně u našeho nejprodávanejšího artiklu pozorujeme v průběhu zhruba 20 let průměrný nárůst více než o půl čísla! Lidé prostě mají stále větší chodidlo.

Mnohé firmy v rámci své firemní kultury nedovolují zaměstnancům přezouvat se, musí reprezentovat. Co zvolit například z vaší nabídky, abychom měli trochu pohodlí?

Firemní kultura je důležitá, ale v posledních letech se dá pozorovat určité uvolňování. Já jako zaměstnavatel sleduji především výkon. Takže naši zaměstnanci mají nárok na firemní oblečení a obutí, ale nikdo jim to nevnučuje. Doporučujeme tedy všem lidem, aby navštívili lékárnu, zdravotní potřeby nebo přímo Ateliér zdravého obouvání, kde si mohou obuv pořádně vyzkoušet a porovnat.

Kolik prostředků stojí navrhnout a vyrobit nový model? Spolupracujete s externími designéry, nebo máte vlastní vývoj, lékaře a kreativce?

To je velmi specifické. Vyměníte přezku, barvu a máte nový model s minimálními náklady. Ale vytvoření nové podešve stojí zhruba 20 000 až 50 000 na jednu velikost! Záleží na použité technologii. Dále pak musíte investovat do výškových nožů, šablon a nových různých

zařízení. Designéry máme jednak svoje, ale i externí. Záleží na modelu a technologii. S ortopedy také rádi spolupracujeme (např. MUDr. Pícek z ORP). Snažíme se jejich poznatky vetknout do našich nových i stávajících vzorů. S kreativci je to těžší. Jejich střih třeba nesedí nebo nelze za rozumných nákladů vůbec vyrobit. Na obuv se nejvíce hodí designéři, kteří mají nějakou zkušenost s výrobou bot či dokážou botu sami udělat.

Češi jsou zahrádkáři, v zeleni dávají odpočinout hlavě. A „ven“ si berou často odložené botky, které byly původně určeny k úplně jinému účelu... Nevadí vám to? Nestálo by za to zacílit tímto směrem?

Je to jejich volba, ale škoda, že si tito lidé neuvědomují, že když teď za obuv ušetří, tak v pozdějším věku je to bude limitovat. Navíc za speciální obuv a různé doktory utratí mnohem více peněz. Osvěta je správná, ale aby byla důvěryhodná, měla by být vedena ze strany státu, pojišťoven, ČOA apod.

ptala se Eva Brix



Vezměte si zastavěný prostor zpět!



Tomáš Medřický

Kde jste se inspiroval při vývoji systému?

Úklid garáže nebo dílny mě osobně vždy rozčiloval. Ať jsem věci v krabicích a na policích jakkoli překládal, praktický efekt byl téměř nulový. Během chvilky mi vše rozházely děti, které hledaly třeba míč, anebo já sám, když jsem ve změti krabic poskládaných na sebe opět po něčem pátral. Závěsný systém jsem objevil v USA a Kanadě, kde je zaběhnutý přes deset let převážně v domácnostech. My ho přizpůsobili evropskému trhu především příslušenstvím k základním panelům – různé háky, držáky, jejich design a barevné provedení. Slibný potenciál má systém také v komerční a průmyslové sféře, které vyžadují účinné využití prostoru a životnost.

Vášim mottem je „pověste to výš“. Co všechno lze na stěnách uskladnit?

Ve většině skladových prostor je podlaha zastavěná odloženými věcmi, které se nikam jinam nevejdou. Zavěšení na zeď přitom nemá téměř žádné limity. Díky závěsným panelům

Až dvě třetiny prostoru všech garáží, sklepů, dílen, ale i komerčních skladů jsou zaneseny odloženými věcmi. To je spousta cenného místa, které lze získat zpět, tvrdí český podnikatel a inovátor Tomáš Medřický z firmy REPONIO s.r.o. Na český a evropský trh přišel se závěsným řešením stejného jména – Reponio, které díky své variabilitě vyhoví potřebám domácností i průmyslových hal.

a rozmanitému příslušenství můžeme mít na očích a hned po ruce vše, od titěrných maličkostí po objemné neskladné předměty.

V případě domácností třeba jízdní kolo nebo střešní box na auto?

Ano! Nosnost panelu je až 200 kilogramů na metr čtvereční a jeho instalaci pomocí závěsných lišt zvládne každý, kdo vlastní vrtačku. Na panel se následně skládá další příslušenství jako háky, držáky a police. Díky nim lze přehledně pověsit téměř vše, ať už jde o sportovní náčiní, zahradní nábytek a vybavení, nářadí, hračky a další, cokoli podle fantazie.

V čem je takové uskladnění výhodnější než klasické úložné boxy a police?

Nápad rozmístit věci po stěnách není nic nového. Regály a skříně má v garáži či dílně každý. Vtip je v tom, že závěsný systém funguje jako skládačka, která maximálně reflektuje aktuální nároky úložných prostor. Teď potřebujete uskladnit kolo nebo kajak, za pár let to může být dětská houpacíka a zahradní nábytek. Zatímco police napevno navrtané do zdi přestanou dřív nebo později stačit, závěsný systém umí „růst“ s potřebami majitele. Jak se časem mění koníčky, domácí zázemí, vybavení pro business, tak se také snadno přeskupí držáky, háky a koše v drážkách na závěsném panelu.

Jak by mohlo nové úložné řešení pomoci obchodníkům?

Pro komerční účely se dosud využívaly závěsné systémy z těžké dřevotřísky. Ty jsou ná-

ročné na manipulaci, a když se poškodí, nenávratně ztratí svůj vzhled a barvu. Systém Reponio uvádíme na trh ve třech vysoce odolných materiálech, ze stoprocentně recyklovaného plastu s možnou antibakteriální úpravou. Cenově se základní panely pohybují od 590 do 1490 korun, příslušenství pak kolem desítek až nižších stovek korun. Systém je vhodný pro vnitřní i venkovní užití, panely jsou snadno omyvatelné a k dostání ve všech základních barvách. Tedy kromě červené, na kterou má nyní příslibenou exkluzivitu firma zastupující značku Ferrari v České republice. Ta chce svým klientům nabídnout tuto efektivní výbavu do garáží.

S jakými dalšími požadavky na možnosti uskladnění se setkáváte?

Plocha nemovitostí, ať už jde o byt, či sklad, je drahá, a nikdo si ji nechce zbytečně zastavovat věcmi. U novostaveb kupující velmi hledí na dispozice a praktické využití úložných prostor, které by neměly ubírat na obytné ploše. Spolupracujeme s developery, jejichž klienti závěsný systém v kumbálech či garážích velmi vítají – jednoduše jim šetří cenné metry čtvereční, a tím i peníze. Nejčastěji monitorujeme požadavky na závěsný systém na míru v garážích, dílnách a sklepech, přibývají poptávky po lepším uspořádání technických místností a komor. Možnosti systému však sahají mnohem dál a pro domácí či obchodní prostředí se specifickými požadavky vyvíjíme a vyrábíme komponenty podle individuálních potřeb.

za rozhovor poděkoval Pavel Kačer





Životní pojištění můžete upravovat i v průběhu trvání smlouvy, mnohdy získáte zajímavý bonus

Životní pojištění nám nemůže vrátit zdraví, ale může další život podstatně ulehčit. Pokud je nastaveno správně. Podle průzkumu, který si nechala zpracovat Kooperativa, tomu tak často bohužel není. Jak upozornil Petr Procházka, ředitel Úseku pojištění osob v Kooperativě, nastavení pojistných částek a pojistných rizik by se mělo odvíjet od aktuální životní situace klienta.

Jak by tedy měl klient své pojištění nastavit, aby splnilo účel?

Nedávno jsme upravili našeho Průvodce, ve kterém naši poradci podrobně analyzují potřeby klienta. Na základě analýzy pak navrhnou doporučenou pojistnou ochranu a rozsah pojistného krytí, tedy rizika i částky, na které by měl klient pojištění uzavřít. Postupujeme-li pak podle těchto parametrů a doporučení při sjednání pojistné smlouvy, má klient jistotu kvalitního a odpovídajícího pojištění. Když budeme konkrétní, tak pro klienta, kterému vyhovuje život single a neplánuje rodinu, je pojištění pro případ smrti nejspíš zbytečné.

Ale pokud je čerstvý otec novorozence? Pak by jeho pojištění smrti mělo toto dítě zajistit na nezbytné minimum až do doby jeho prvního výdělků. Zamyslet by se měli i ti, co už mají pojištění sjednané a jsou například čerství rodiči. Navýšit, upravit si limity nebo sjednat nová připojištění mohou kdykoliv.

Zmiňoval jste nastavení rizik, existuje nějaké obecné doporučení, co zvolit?

Je to podobné jako s pojištěním domu nebo bytu. Také si nepojišťujeme rychlovarnou konvici, ale je důležité mít dobře pojištěnou celou domácnost nebo dům. Často se setkáváme s tím, že klientům stačí získat z pojistky peníze za zlomenou nohu nebo za dvoutýdenní neschopenku. Když nás ale postihne vážná nemoc, můžeme se ocitnout na dlouhou dobu bez svého obvyklého příjmu. V případě následné invalidity to může být bohužel natrvalo. Z našeho dřívějšího průzkumu vyplynulo, že téměř polovina Čechů (42 %) není na možnost invalidity připravena. Podobně tomu je u infarktu myokardu.



Petr Procházka

Uvědomují si klienti, že stačí málo a mohou se dostat do vážných finančních problémů?

Jak už jsem říkal, z průzkumu vyplývá, že například na invaliditu není připravena téměř polovina Čechů. Podobné výsledky nám přinesl i průzkum, kde jsme zjišťovali, jak lidé vnímají infarkt myokardu. Ve svém okolí se s ním setkala 60 % Čechů, ale jen 24 % lidí ví, že je možné si toto riziko připojistit. A přitom průměrná doba léčení po komplikovaném infarktu trvá i několik měsíců. Což je doba, po kterou vám výrazně poklesne příjem. Navíc se velmi pravděpodobně přidají omezení v běžném životě, která nastanou po doléčení.

Je to typická situace pro český trh, nebo jsou lidé v zahraničí zodpovědnější?

Na vyspělejších trzích, například v sousedním Německu, má pojištění kryjící případné problémy s invaliditou nebo vážným onemocněním téměř každý, v některých zemích jako například v Kanadě, JAR, Jižní Koreji nebo

Austrálii patří tento typ rizikového krytí mezi nejžádanější vůbec. Celkové vnímání následných dopadů takového onemocnění je v těchto zemích akceptováno mnohem odpovědněji a s vysokým důrazem. Proto se Kooperativa trvale a dlouhodobě snaží o závažných onemocněních a jejich dopadech detailně informovat, podporovat jejich prevenci a zatraaktivovat možnost jejich pojištění.

Jakým způsobem, nabízíte nějakou slevu?

Ne, systémem přímých slev jít rozhodně nechceme, nabízíme ale u některých připojištění zvýhodnění, dvojnásobné plnění, díky kterému chceme pojištěným v případech potvrzení onemocnění usnadnit celkovou rekonvalescenci a léčbu. Aktuálně všem, kteří si od 1. května do 31. července 2020 nově sjednají pojištění vážných nemocí a úrazů v rámci kteréhokoliv pojištění typu FLEXI, nabízíme potenciální výhodu výplaty dvojnásobku pojistné částky až do výše jednoho milionu korun v případě vzniku infarktu myokardu. Naše nabídka platí u nových pojistných smluv i u dodatků ke stávajícím smlouvám.

(red)



Síla nadšení a injekce znalostí

Poslouchala jsem rozhovor s jednou paní ředitelkou jistě soukromé kliniky, která se specializuje na u nás ojedinělý druh léčby. Její znalosti, a zdaleka nejen z příslušných oborů, a hlavně forma, jakou je předávala nám ostatním, mi zlepšily náladu o tisíc procent. Erudice, s jakou

o všech záležitostech hovořila, mne naprosto fascinovala, o to více, s jakým přesvědčením a nadšením jednotlivá fakta podávala. Z jejího projevu plynul nezměrný optimizmus a rady pro každého z nás: důvěřujte si a dělejte si život krásný. Máte k tomu prostor i čas. Přemýšlejte a snažte se. Ovlivněte to, co lze. Používejte zdravý rozum. Buďte vítězem, nikoli poraženým. Myslím, že si její slova ještě několikrát připomenu. Bude to malý sociální doping, který každý z nás čas od času potřebuje. **Eva Brixí, šéfredaktorka**

čtěte s námi

V zámeckých zahradách na Loučeňi

Zámecké zahrady na zámku Loučeň již vítají své návštěvníky. Park lze využít i jako místo odpočinku nebo ke sportovním aktivitám.

Celková rozloha o dvaceti hektarech nabízí klid i soukromí. Například během nordic walking či při dlouhých zdravotních nebo romantických procházkách nemusíte nikoho potkat, vydáte-li se do odlehlejších míst parku. Zámecká zahrada nabízí skvosty rovněž milovníkům světových unikátů, těch naleznete v parku hned šest. A to v podobě Prstového labyrintu, díky kterému si budete připadat jako u Il Labirinto – v Cathedrale di san Martino v italské Luce. Návštěvou loučenského Kamenného labyrintu se můžete přenést k The Beware Labirinth – Yzerfontein v Jižní Americe. Tisové bludiště je na zámku Loučeň vystavěno v podobném duchu jako je Igggarten Schönnbrunn v Rakousku. Park má rovněž svého Minotaura, podobně jako Minotaurus – Cawdor Castle ve Skotsku. Travnatý labyrint středoevropského zámku Loučeň pak připomíná Labyrinth Seaton, Devon v Anglii. A nakonec nově osvětlené zámecké průčelí Loučeňi evokuje podobu Edinburgh castle ve Skotsku. Celkově je na zámku Loučeň a v jeho zahradách k vidění dvanáct labyrintů a bludišť. Tvoří tak největší Labyrintárium Evropy. Místo nabývá díky nim určitou mystickou až tajemnou atmosférou. Historicky vznikaly labyrinty vždy na místech se zvláštní energií. (tz)

partneři www.freshtime.cz



www.uzeninybeta.cz



www.aquapalacehotel.cz

Prosperita Fresh Time

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 9, červen 2020

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

Šéfredaktorka: PhDr. Eva Brixí-Šimková

e-mail: brixii@iprosperita.cz, mobil: 602 618 008

Šéfredaktor www.freshtime.cz: Martin Šimek,

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

Redakční tým: Pavel Kačer, Jiří Novotný, Kateřina Šimková

Grafický design: Michal Schneidewind

Korektury: Mgr. Pavla Rožníčková

Tisk: Triangl, a.s., www.trianglprint.cz



Distribuce: 5 P Agency, spol. s r. o.

Placené textové materiály jsou označeny grafickým symbolem

www.freshtime.cz

Internetový marketing: Media Know, www.mediaknow.net

MOSER a poklady z archivu

Společnost MOSER, a.s., nabídne svým zákazníkům jedinečné kolekce z firemních archivů. Ve vzorkové prodejně v Praze Na Příkopě ze svého depozitáře vystaví a nabídne k prodeji stovky kusů, které vznikly za posledních 50 let. V historii sklárny jde o zcela jedinečnou prezentaci, která bude zahrnovat limitované edice, sběratelské kusy i výjimečné prototypy, které nebyly doposud přístupné veřejnosti.



V první vlně – tedy od 11. do 17. května – otevřela firma expozici pro své V.I.P. zákazníky. Od 18. května je prodejna přístupná pro veřejnost. Celá expozice obsahuje přes 200 položek – váz, objektů, ale také přes stovku drobnějších a cenově dostupných kusů, například skleničky, misky či slánky. Zákazníci zde najdou také unikátní díla slavných výtvarníků, například Františka Víznera, Stanislava Libenského nebo Karla Bečváře. Jedním z nejdražších exponátů je instalace pod názvem Čas, jejíž hodnota přesahuje milion korun.



„Využili jsme dobu, kdy jsme museli vzhledem k nouzovému stavu uzavřít výrobu, abychom prošli naše archivní zásoby a udělali si analýzu toho, co z nich bychom mohli nabídnout svým zákazníkům. Vznikla tak neopakovatelná sestava z našich děl za posledních 50 let,“ uvedla spolumajitelka sklárny Kateřina Zapletalová. Postupný proces opětovného oživení firmy zahájilo již 27. května otevření prodejní galerie na Staroměstském náměstí. Tato nově upravená prodejní expozice v unikátních historických prostorách se přitom zaměřila především na českého zákazníka, který si může prohlédnout ukázky sklářských kolekcí Moser a ukázkou novinek pro rok 2020. Zároveň zde návštěvníci najdou souhrnnou prodejní výstavu děl, které za svou kariéru pro sklárnu navrhl světově známý výtvarník Jiří Šuhájek. Firma se dívá také do vzdálenější budoucnosti. Skláři proto začali 11. května proces takzvaného „vzorování“. Zhruba do poloviny června v něm připraví kolekce na druhou polovinu letošního roku a na rok 2021.



Společnost MOSER, a.s., je česká sklárna se sídlem v Karlových Varech, která vyrábí díla z vysoce kvalitního bezolovnatého křišťálu. Firma pokračuje v tradici exkluzivní manufaktury Moser, kterou v roce 1857 založil v Karlových Varech rytec a obchodník Ludwig Moser. Dnes patří mezi přední české exportéry a reprezentuje tak celosvětově českou sklářskou tradici. Moser je členem společenství Comité Colbert, které si klade za cíl udržet a rozvíjet tradiční rukodělnou výrobu luxusních předmětů. (tz)

Herní průmysl jako součást ekonomiky

Herní průmysl je již důležitou součástí světové ekonomiky, jeho výnosy loni podle zjištění analytického projektu Česko v datech přesáhly 152 miliard dolarů. Stoupá také popularita streamování, která přispěla k profesionalizaci hráčů a rozvoji esportu. U nejsledovanější hry League of Legends strávili loni diváci dohromady 478,8 milionu hodin. Atraktivita esportu přitahuje i sponzory, kteří do něj mají letos přinést až 637 milionů dolarů. Podle společnosti Deloitte má esport výrazný marketingový potenciál s cílením na mladou generaci – průměrný český divák je muž ve věku 18–21 let.

V celosvětovém srovnání loňských výnosů herního průmyslu vede Čína (34,4 mld. dolarů) následovaná USA (31,5 mld.) a Japonskem (17,7 mld.). Česká republika je se 157 miliony dolarů na 50. místě. „Na ekonomické úspěšnosti videoherního průmyslu se ale nepodílí jen prodeje her, na popularitě stále více získává i herní streamování. Mimo jiné právě díky streamovacím platformám jako Twitch, YouTube, Facebook Gaming nebo Mixer od Microsoftu probíhá profesionalizace celého odvětví,“ uvedl Tomáš Odstrčil z analytického projektu Česko v datech.

Herní Super Bowl

Loni byla nejpopulárnější hrou populární League of Legends, jejímž sledováním diváci strávili 478 794 474 hodin. Největší konkurenci stejného žánru pro ni představuje Dota 2 s 282,2 milionu hodin. Celkově je ale na druhé příčce sledovanosti Counter-Strike: Global Offensive s dalšími dvěma miliony hodin navíc. Elektronické sporty mají podobně jako ty tradiční i své oficiální turnaje. Největší úspěch měl loni Světový šampionát právě v League of Legends, který v jednu chvíli sledovaly čtyři miliony lidí. Druhé místo drží Světový pohár Fortnite s 2,3 milionu, třetí potom Světová série ve Free Fire se dvěma miliony diváků. Pro srovnání – stream finále ligy amerického fotbalu (Super Bowl) sledovalo průměrně 3,4 milionu lidí.

Esport jako povolání

Zápasy a turnaje v esportech nejsou výhodné jen pro tvůrce videoher a pořadatele, motivující jsou i pro hráče. Celkově nejúspěšnější je dánský hráč Doty 2 Johan Sundstein s přezdívkou

N0tail, který si hraním vydělal téměř 6,9 milionu dolarů. O 400 000 dolarů tak převyšuje druhého Jesseho Vainikka z Finska. Desítku nejúspěšnějších esportovců tvoří právě



foto Shutterstock

jen hráči Doty 2. Nejlepší esportovec ve Fortnite je se třemi miliony dolarů až na 12. místě celkového srovnání, nejúspěšnější hráč Counter-Strike dokonce až na čtyřicátém. Hráči videoher rovněž mají své týmy. Tím nejúspěšnějším je Team Liquid, který funguje už od roku 2000 a má na svém kontě 34,7 miliardy dolarů z turnajových vítězství. Česká

eSuba je celosvětově na 207. pozici s výhrami v hodnotě 358 000 dolarů. V celkovém srovnání patří českým hráčům 42. příčka. „Český trh videoher pomalu, ale jistě získává na popularitě. Větší zájem fanoušků, médií a firem přitáhne více samotných hráčů, kteří se budou postupně profesionalizovat, a díky tomu má Česká republika velký potenciál se v žebříčku posouvat výše. Severské země dokazují, že se i státy naší velikosti mohou pravidelně umísťovat na prvních deseti příčkách v žebříčku výher,“ sdělil Filip Mikel z poradenské společnosti Deloitte. Žebříček nicméně vedou Američané se 138,6 miliardy dolarů. Za nimi s třicetimiliardovým rozdílem následuje Čína, na třetím místě je Jižní Korea, jejíž hráči si připsali 89,8 miliardy.

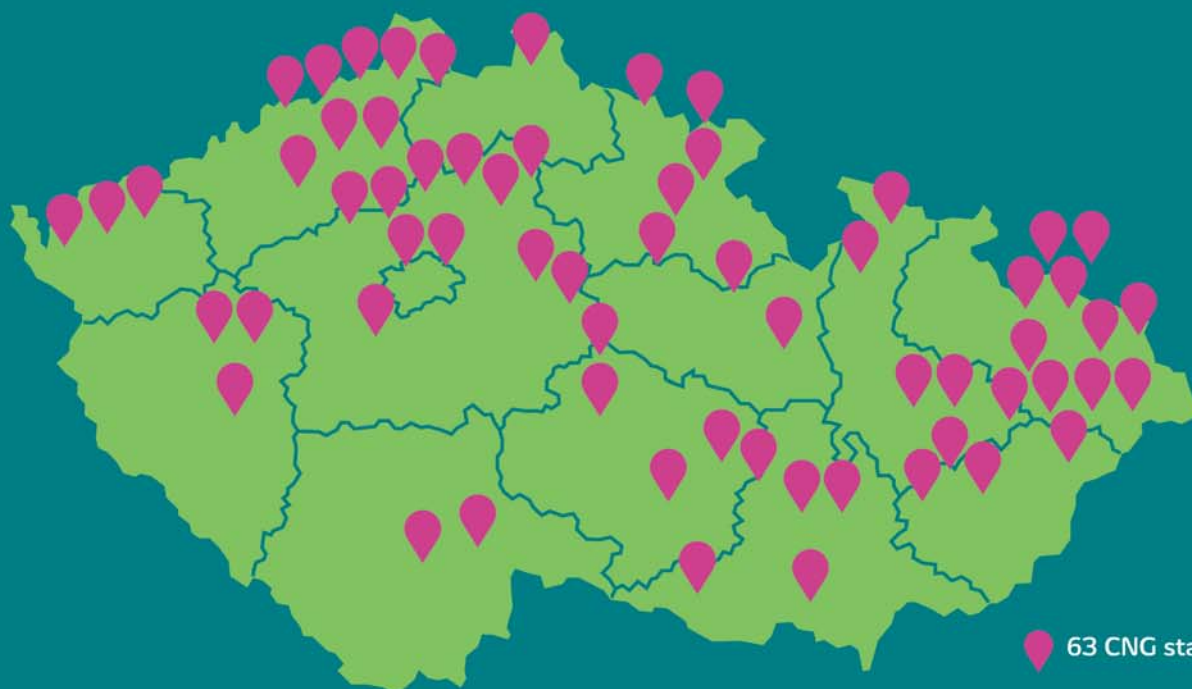
Marketingový potenciál pro sponzory

Za největšími příjmy esportu (z 58 %) stojí sponzorování, který má tomuto odvětví letos přinést až 636,9 milionu dolarů. A to díky firmám, které se rozhodly investovat do rychle rostoucího trendu. „Na trhu funguje řada profesionálních esportových agentur, které umí nabídnout firmám široké spektrum možností od sponzorování profesionálních akcí přes teambuildingy až po talent hunting. Zkušenosti ze zahraničí ukazují, že i brandy, které s videohrami a technologiemi přímo nesouvisí, se na marketing v esportu začaly dlouhodobě zaměřovat,“ řekl Matuš Tutko, advokát a odborník na esport z Deloitte.

Esport tak pro firmy představuje jednu z cest, jak zaujmout mladou generaci. Například průzkum České asociace esportu totiž ukazuje, že průměrný český divák esportu je muž ve věku 18 až 21 let, který touto činností tráví jednu až tři hodiny denně. „Jako klíčové pro české firmy vnímáme, aby k esportu přistupovaly s vizí a dlouhodobou strategií, nikoliv jednorázovým sponzorováním. Věrnost esportu se firmám může časem vrátit věrností komunity, a umožní jim tak potenciál esports vytěžit na maximum. Pro další rozvoj české scény však bude důležitá i její pokračující profesionalizace, která jde ruku v ruce s financováním esportu,“ dodal Matuš Tutko. (tz)

Jezděte ekologicky

innogy je jednička na CNG trhu v ČR



63 CNG stanic innogy

V naší síti plnicích stanic testujeme **bioCNG** – 100% obnovitelný plyn

- ✓ **bioCNG** nevyžaduje žádné dodatečné úpravy motorů
- ✓ **bioCNG** vykazuje nesrovnatelně **nižší emisní stopu**
- ✓ innogy Energo chce s **bioCNG** plnit limity **čisté mobility**

innogycng.cz