

červenec 2022

fresh[®] **TIME**

PROSPERITA

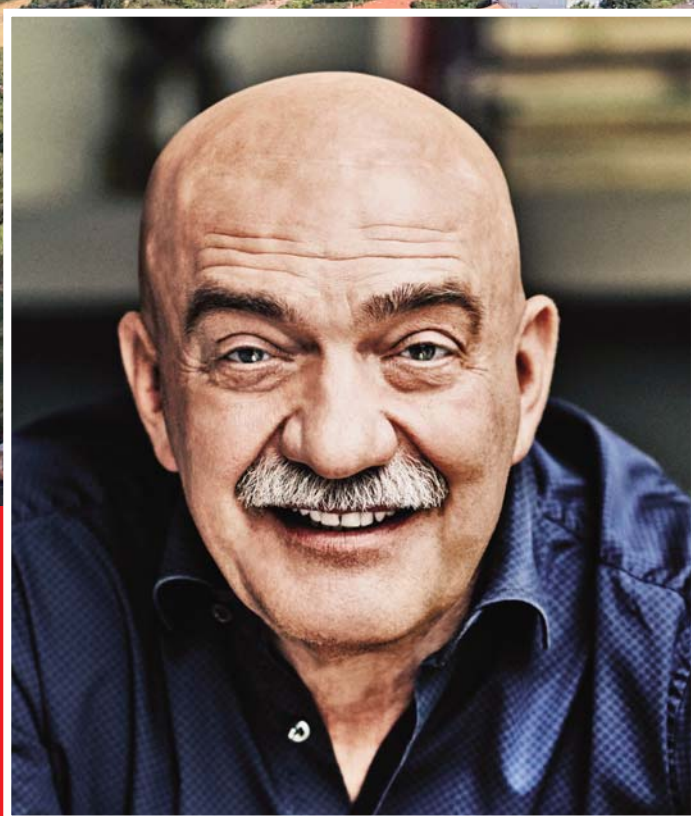
Osobnosti tohoto vydání:

Tomáš Březina

Luděk Pfeifer

Michal Šotek

Roman Talman



Tomáš Březina

Chci vidět, jak země
zase rozkvete

rozhovor na stranách 2–5

Chci vidět, jak země zase rozkvete



Ing. Tomáš Březina

Jak se dívat do budoucnosti? Jak nevěšet hlavu, neztrácet víru a chuť měnit věci k lepšímu? Jak se nenechat odradit špatnými zprávami o dění doma i ve světě? Jak mít věci pod kontrolou a jak získat zpět životní jistoty? I to jsou otázky, které souvisejí s náladami ve společnosti. Ve vzduchu je cítit, že je potřeba něco dělat jinak. Že je nutné nežít uprostřed kauz, ale uprostřed čínorodého dění, jež přinese lidem pevnou půdu pod nohama. Prezidentské volby se blíží. Jedním z kandidátů je Ing. Tomáš Březina, někdejší známý podnikatel, výrazná osobnost businessu. Hovořila jsem s ním o tom, co by rád v případě, že bude zvolen, změnil:

Je šance, aby se Česká republika stala vyspělou, moderní a žádanou zemí Evropy s převahou chytrých lidí?

ČR je nesporně vyspělou a moderní zemí již dnes. Problém „sníženého hodnocení“ je spíše náš vnitřní: nedostatek sebevědomí na to, co jsme již dokázali, nedostatek hrdosti na nás a na naši zem. K tomu nereálné porovnávání s velmi vyspělými zeměmi. Máme pracovitě lidi, chytré inženýrské mozky a neobyčejnou vynalézavost a schopnost improvizovat. A to i v porovnání s jinými evropskými zeměmi. Chybí nám obecně větší samostatnost, syste-

matičnost, důslednost. Víra v sebe sama. A zejména znalost každého z nás, jaký je vlastně „koloběh ekonomiky“, jak vlastně vzniká a jak se posouvá bohatství a prosperita země, obce, rodiny... Není to těžké, nechápu, proč se o tom nemluví.

Znamená to, že naše ekonomika má stále potenciál, který dokáže občanům zajistit příjemné podmínky pro život?

Samozřejmě, odjakživa a stále. Avšak ten potenciál nemá neadresná ekonomika, ale jen a jen lidé. Tu ekonomiku, po třiceti letech od

převratu, budeme muset do značné míry znovu vybudovat. Jsou tu skvělé projekty, skvělé podniky a skvělá výzkumná pracoviště, ale něco bylo zbytečně zrušeno a spousta toho byla prodána cizincům, kteří fakticky nemají zájem o náš rozvoj a o naši prosperitu. Mají zájem, velmi pochopitelný, především na svojí prosperitě. Nicméně všechno se dá dohnat. Avšak za klíčové podmínky: naše země musí být ekonomicky skutečně naše. Když budeme nadále pracovat pro zahraniční vlastníky, budou bohatnout zahraniční vlastníci. Budeme technicky a vzdělanostně zaostávat, protože zahraniční vlastníci mají primárně zájem na svém rozvoji, ne našem. Pro ně máme cenu jenom

Máme pracovitě lidi, chytré inženýrské mozky a neobyčejnou vynalézavost a schopnost improvizovat. A to i v porovnání s jinými evropskými zeměmi. Chybí nám obecně větší samostatnost, systematickosti, důslednost. Víra v sebe sama.

tím, že pracujeme relativně levně, a k tomu poskytujeme i svůj trh.

Jak to souvisí s aktivitami nás všech? Co mohu pro dobro společnosti udělat? Já, vy, ostatní?

Studujte, a to hlavně technické disciplíny a přírodní vědy. Učte se řemeslu nebo se v něm zlepšujte. Snažte se zakládat nové firmy, které dělají nějakou skutečnou práci. A jestli na to sami nejste, tak v tom někoho podporujte. A především tlačte na politiky, aby vytvářeli takové prostředí, ve kterém to bude možné, kde nebudou zbytečné překážky a kde se bude aktivita a tvůrčí potenciál vyplácet. A vyberte takového prezidenta, pro kterého to bude prioritou a který bude lidovou aktivitu podporovat tlakem na vládu, parlament, obce atd.

Jsme součástí Evropské unie. Ta však často přichází s nesmyslnými požadavky, nařízeními, názory. Co s tím?

Nemusíme se k tomu stavět servilně a hned zavádět všechno, co si úředníci EU vymyslí. Mnohdy je prostor nesmyslně úspěšně ignorovat nebo ta nařízení rozporovat. A někdy se dokonce ukáže, že je výhodnější platit pokutu než zavádět nařízení, které nás poškozuje. A následně to legislativně řešit. Ostatně, jiné země k tomu přistupují zrovna tak. Ale k tomu musíme být bohatou a sebevědomou zemí. Výkonou, pružnou, nebyrokratickou, příkladnou. Nesmíme mít politiky, kteří se proslaví jako velcí příjemci dotací navíc s velkým nechutenstvím Evropské unie svým podílem rozumně rozvíjet. Dnes je naše vlastní česká byrokracie ještě větší a stupidnější než ta evropská. A často se za „evropskou byrokracii“ jen schovává.

Máte představu o tom, co by prospělo firmám s českým kapitálem a co mohou dát ekonomice společnosti vlastněné zahraničním kapitálem?

V první řadě naprosto rovné podmínky pro všechny. A když podporu, tak zdůvodněnou, a to především lokálním firmám. Ty jsou solí ekonomiky a života. Tak to dělají ve všech vyspělých ekonomikách. Jen v ČR české firmy opomíjíme, zatímco zahraničním dáváme nejrozličnější pobídky finanční, daňové, dokonce pro ně stavíme infrastrukturu.

V druhé řadě méně byrokracie. Ještě před generací bylo byrokratických povinností o 90 % méně než dnes a nikomu to nechybělo. Nedochovalo k obrovským škodám na veřejném zdraví ani k velkým požárům ani nevznikaly jiné škody. Proč se k tomu nevrátit? Současná byrokratická hydra dusí všechny. Zahraniční kapitál by měl hrát jen doplňkovou úlohu. Ve

zdravé ekonomice patří většina podniků i bank místním lidem. Zahraniční vlastníci jsou užiteční tam, kde se potřebujeme naučit novou technologii nebo získat přístup na nějaký cizí trh, avšak za férových podmínek a za férové ceny.

Jaký názor máte na globalizaci, nakolik jí svět podléhá? Mělo by smysl to nějak změnit, poopravit?

Doba překotné globalizace končí, ať se to komu líbí, nebo ne. Výrobní řetězce, které vedou přes celý svět, jsou křehké. A reálně neekonomické, protože se do cen takto vyrobených výrobků nezapočítávají všechny náklady (například na stavbu a údržbu dálnic, železnic, překladů atd.). A to ne-

musí zrovna probíhat epidemie nebo válka. Stačí, aby se jedna megalod' zasekla v Suezském průplavu, a fabriky v polovině světa mají problémy.

Je nejvyšší čas vrátit se k tomu, že je normální a hrdé vyrábět ve vlastní zemi, kupovat místní produkty, jíst místní jídlo a využívat místní služby.

Obchodní výměna s cizinou má hrát doplňkovou úlohu. Jde i o tzv. potravinovou, energetickou či jinou bezpečnost. I ostatní budou na podobný model

přecházet, ať se nám to líbí, nebo ne. A nečekejme, že na nás budou brát jakékoliv ohledy.

A klonil byste se i vy k opětovné větší lokalizaci určitých druhů výroby? Bylo by to se vším všudy levnější, nebo dražší, ekologičtější, emotivnější?

Jednoznačně ano. Samozřejmě to neplatí ve všem. Desetimilionová země nemůže být soběstačná ve výrobě počítačových čipů a nemůžeme pěstovat vlastní banány a tabák. Ale ve většině položek je místní výroba lepší volbou. A co se týče ceny, i když nám zájemci dodají egyptské brambory za korunu, a zli-



kvidují tím naše místní zemědělce, stejně na tom dlouhodobě proděláme. Někdy je lepší zaplatit si o trochu víc, vytvořit pracovní místa pro místní lidi a nebýt závislý na výkyvech světových trhů.

Jaká průmyslová odvětví v ČR by si zasloužila podporu? Je to vůbec vhodná otázka?

Samozřejmě, že národní vláda má mít jasnou strategii a vybraná preferovaná odvětví. Na tom byl přece založen poválečný hospodářský zázrak západní Evropy. Klíčovým faktorem je však investice a aktivita podnikatelů, lidí. Nelze nic nařídit, dirigovat. Pouze podporovat, a to zejména skvěle nastaveným školstvím. Potřebujeme podporovat ta odvětví, která jsou strategicky důležitá pro rozvoj země nebo zaměstnávají hodně lidí, a kde je tlak zahraniční konkurence tak velký, že by se proti nim české firmy jen obtížně prosazovaly.

Zemědělství a potravinářství, otázky vyšší soběstačnosti, hrozby a strachy, zároveň ubývání orné půdy, klimatické změny. Přemýšlel jste o tom?

To je naprosto klíčová věc a tomu bych chtěl věnovat hodně pozornosti i jako prezident. Potravinová soběstačnost je životní nutností. V případě krize se můžeme obejít bez banánů a pomerančů, ale potřebujeme české brambory, českou pšenici, česká jablka a české maso. Obnova zemědělství je zároveň kriticky důležitá pro stav krajiny. Bez velkých stád není půda schopná udržet vodu. Místo přirozeného hnojení se do polí pumpují chemická hnojiva.

Osobně bych si přál vidět přesun větší části zemědělské výroby z velkých podniků do malých farem, ale uvědomuji si, že to není snadné a že je to běh na dlouhou trať. Co ale musíme udělat okamžitě, je zastavit zkupování zemědělské půdy několika málo obrovskými podniky.

Co se týče případných klimatických změn, malá Česká republika musí řešit planetární klima, ale to především na svém území a prostředky, které jsou úměrné velikosti naší ekonomiky a naší země. Řešit především námi vytvořenou zátěž. Nezpochybnitelnou, okamžitou povinností je připravit svou vlastní krajinu tak, aby se vyrovnala s případnými výkyvy.

Češi mají v genech velkou kreativitu, umění improvizace, dokážou si poradit v krizových situacích. Jak využít tohoto daru při zušlechťování know-how národa do budoucna? Bylo by to k něčemu?

Je to naše tradiční silná stránka, a my tudíž potřebujeme vytvořit prostředí, kde se ta silná stránka uplatní. Těžko se uplatní v korporaci, kde je každý krok každého zaměstnance detailně řízen firemními předpisy vytvářenými někde v Kalifornii. Potřebujeme místní firmy a místní výzkumné ústavy. Tam se kreativita a umění improvizace uplatní, budou rozvíjeny a budou nám přinášet výhodu.



Také se neradi podřizujeme a disciplínu nenávidíme. O demokracii si myslíme, že znamená mít neomezené možnosti... Jak s tímto kódem pracovat?

Ano, musíme překonat stigma tzv. nárokové civilizace, které je dnes široce rozšířené. Chci a mám nárok na vše, jen proto, že jsem... Bez vlastní smysluplné práce, bez vlastní odpovědnosti. To je nemožné, to je absurdní. V první řadě potřebujeme obnovit důvěru. Lidé se dokážou smířit s disciplínou, byť třeba neradi, když uvidí, že to je pro jejich budoucnost a pro jejich zemi. Že nejde jen o zisky pro zahraniční centrály. A podstatná je i struktura ekonomiky. Když budou lidé pracovat ve svém nebo ve firmách tak malých, že budou osobně znát vedení, nebude pro ně tak těžké se podřítit pravidlům.

Dost s tím souvisí byrokracie, do níž se noříme čím dál hlouběji. Už jste o tom hovořil. Lidé a úřady se tím zbavují odpovědnosti, a čím víc byrokracie, tím méně morálky. Dá se to změnit? Cožpak ke každému kroku člověk potřebuje štempl?

Od devadesátých let slyším sliby, že bude méně byrokracie. Přesto neustále přibývá zbytečných požadavků, norem, razítek a kontrol.

Drakonicky také přibývá lidí, kteří toto provádějí. Žádná vláda s tímto trendem nepohnula. V tuto chvíli je to však již nezbytné, protože stávající stav již absolutně limituje českou ekonomiku, náš rozvoj, prosperitu. Musíme podniknout konkrétní kroky. Musíme všichni znát skutečný stav věci, přesná data.

Málo se ví, že od devadesátých let rok od roku klesá počet lidí pracujících v produktivních oborech.

Celkově jde o statistiku lidí. Naopak, počet lidí pracujících ve státních službách (úředníci, justice, veřejná správa, vzdělávání, zdravotní a sociální péče atd.) trvale roste.

Rovněž o statistice lidí. Jde o ekonomický nesmysl.

V ukazateli HDP na obyvatele jsme zhruba dvakrát chudší než Němci, Rakušané, Francouzi, třikrát než Američané, čtyřikrát než Švýcaři...

S popsaným stavem a trendem produktivní a neproduktivní zaměstnanosti nemáme naději dosáhnout na prosperitu a úroveň popsa-

ných států. Ideologie, neideologie! Recepty samozřejmě existují, snad je i někteří politici znají... bohužel naprosto nic nedělají. Protože recepty a řešení jsou tzv. politicky neprůchodné, což je jinotaj pro bonmot: začnu toto prosazovat a již nikdy nebudu zvolen. Tak raději, „národe, do chudoby“!

Jsme malý stát, který má dnes i s migranty necelých 11 miliónů obyvatel. Světové metropole mají obyvatel násobně více (a k řízení jednoho starostu). My máme k „určení“ státu 14 vlád! Centrální a regionální. K tomu stovky zřízených a „funkčních“ úřadů. Všichni mají svoje agendy, a na pomoc přibližně 8000 zákonů. Jen jejich přečtení by zabralo každému z nás dva roky života! A teď v tom žijte, pracujte, rodte a vychovávejte děti... a relaxujte. Mám strach, že až si toto čtenář přečte (a uvěří), tak zkolabuje... Druhá transformace je řešení tohoto neblahého stavu. A zadání je v podstatě velmi jednoduché. Buď s výše popsaným něco provedeme, tj. začneme měnit strukturu české ekonomiky, české zaměstnanosti a vykročíme konečně k prosperující ekonomice – s hlubokým pochopením problému a proč to děláme – nebo ekonomika sama začne měnit naše životy. Samozřejmě k výrazně horšímu. Žádný „ekonomický nobelista“, a už vůbec ne nějaký pop ekonom ze zahraniční banky tomu svým vyprávěním po kavárnách a v médiích nezabrání.

Trendy udržitelnosti, zelená cesta, cirkulární podnikání. Do jaké míry to dnes dává smysl a do jaké míry je třeba krotit víze, když na východ od nás spalují kyslík zbraně?

Životní prostředí je v mnohem lepším stavu, než bylo před generací. A před generací bylo v lepším prostředí, než bylo před dvěma. Je to dobře a je důležité, aby ten trend pokračoval. Ale to neznamená, že můžeme všechno zvládnout do pěti let a že máme dělat nesmyslné, nepromyšlené kroky. Samozřejmě musíme hájit naše české zájmy, a ne zájmy globálních neziskovek, konzultačních firem a výrobců údajně zelených technologií. A jestli se mění globální klima, pak to musíme intenzivně řešit. Musíme řešit, jak tomu přizpůsobit české zemědělství, české vodní hospodářství a českou péči o krajinu. Možná budeme potřebovat nové plodiny a nové technologie, možná jinak upravit toky řek, možná zavlažovací systémy. Pokud je taková změna opravdu na cestě, začneme na tom pracovat. Pokrývání polí solárními panely nás nezachrání.



Měl byste v roli prezidenta republiky návod na to, jak v lidech probudit optimismus, nadšení, lepší náladu?

Musíme lidem dát jistotu, že když budou poctivě pracovat, budou se mít dobře. Ne že z nich ze všech budou milionáři, ale že dokážou zaplatit bydlení a postarat se o svou rodinu. Že nebudou žít ve strachu a že budou vidět pozitivní budoucnost i pro své děti. Je důležité o tom mluvit, ještě důležitější je tak jednat, aby lidé viděli pozitivní a nezpochybnitelný příklad. Rovných třicet let jsem tak žil a pracoval ve svojí firmě. To je nenahraditelné. Mám odžito a vím: lidé vydrží i velkou tvrdost a nepohodu, když to je férové a zdůvodněné. Nikdy však nepochopí a nevydrží nespravedlnost, nikdy nevydrží pošlapávání jejich lidské důstojnosti!!! Lidé musí vidět, že pro politickou třídu je právě tohle na prvním místě, a nikoliv zájmy „spojenců“ nebo investorů, či osobní zájmy politiků. Úplně nejdůležitější ale je, že si takovou zemi musíme vybudovat sami. Vlastníma rukama, vlastními hlavami a vlastní snahou. Politici musí vytvořit podmínky, ale to hlavní je na každém z nás. Obnova národního hospodářství potřebuje každého, kdo je

ochoten přiložit ruku k dílu a učit se nové věci.

A co vše byste v této roli přeměnil, ovlivnil, řešil?

Byl bych aktivní prezident. Rozumně bych chodil do parlamentu i na zasedání vlády, a případně i na další grémia. Navrhoval bych, tlačil a přesvědčoval. Prosazoval bych agendu soběstačného národního hospodářství, jak by to jenom šlo. Podporoval bych všechny, kdo se snaží o totéž. Svě zvolení bych chápal jako mandát k prosazení druhé transformace. Tzn. transformace ČR, v současnosti rozmělněné v globální ekonomice, k ČR, státu se silným národním hospodářstvím. Zřejmě a hodnotné příklady existují.

A neobáváte se, že by se váš osobní život hodně změnil?

Můj osobní život by se změnil absolutně. Hodně jsem o tom přemýšlel, musel jsem přemýšlet i se svými blízkými. Nebylo by to snadné pro ně ani pro mě osobně. Jsem připraven to podstoupit.

Nač byste se jako prezident nejvíce těšil?

Vše je o lidech a jejich životech. Chci vidět, jak země zase rozkvetne. Chci vidět, jak lidi baví jejich práce a jak se dívají do budoucnosti

s optimismem. Jak tu rostou tisíce nových projektů. Jak se českým lidem vrací jejich hrdost. Chci vidět, jak lidi baví víc přemýšlet o nových technických řešeních v porovnání s vedením intelektuálních řečí někde v kavárně.

Chci vidět, jak jsou skutečnými celebritami dělníci, vědci, řemeslníci, technologové, stavitelé, zemědělci, lékaři a další důležité profese, kde jsou výsledky podloženy tvrdou prací. A ne někdo, kdo založí startup, kde něco blábolá na webové stránce, prodá ho za milión dolarů, ale faktický přínos je nulový. Chci vidět, jak v takové atmosféře vyrůstá další generace. Aby si děti vážily poctivě práce svých rodičů a ptaly se: Jak se mohu stát stejně dobrým řezníkem? Protože stát rozkvetne jen tehdy, když rozkvetou rodiny. Když budou v pořádku rodinné rozpočty. Pak bude v pořádku i státní rozpočet.

To je druhá transformace. To je národní transformace.

za rozhovor poděkovala Eva Brixi ■■■

Nic už nemusí fungovat postaru

Stačí si projít poslední zprávy o běhu světa. V ten okamžik nevíte, zda číhat na příležitost, jak se do změn začlenit, jak přispět k tomu, aby byl lepší, anebo zda se stáhnete, zakaboníte a přestanete věřit v dobro, pokrok a možnosti, které vyvstávají kolem vás. Pro mnoho lidí, i těch z businessu, není celospolečenské dění jednoduché pochopit a zorientovat se v něm. Přesto to jde. Jaká východiska existují, to se snažil rozebrat Ing. Luděk Pfeifer, partner společnosti M.C. TRITON, spol. s r.o.:



Ing. Luděk Pfeifer

Dobře, v níž nyní žijeme, se začalo říkat turbulentní, dynamická, tvrdíme, že je plná příležitostí, ale i nejistoty a obav. Co z toho mohou vyvodit podnikatelé, kteří až dosud všechny nástrahy businessu zvládali s přehledem a vždy uměli najít řešení?

Dynamika, změny, turbulence... To jsou charakteristiky, které se s podnikáním skloňují, co pamatuju – tedy celou věčnost. Faktem je, že v posledních letech nabraly a nabírají na nevídané síle. Spíš sedí pojmy jako chaos nebo perfektní bouře. Je přirozené, že žít – a nedej Bože! – podnikat v takových časech vyžaduje kladení důrazu na něco jiného než v časech předvídatelných a turbulentních jen v mezích slušnosti.

Co z toho tedy mají vyvodit podnikatelé? V prvé řadě je třeba si položit otázku, jestli stále mají na to, aby v časech bouří uspěli jako vůdci. Jestli na to mají především chuť, energii, nezlomnost. Hned nato by měli odhodit balast. Balast svých rutin, navykklých postupů, „osvědčených“ business modelů – a připravit se na to, že nic už nemusí fungovat postaru. A do třetice sestavit partu svých Pěti statečných pro drsné časy – tedy nejužší (opravdu optimálně tak pětičlenný) tým nejbližších spolupracovníků, na které si mohou a chtějí vsadit jako na vedení firmy pro doby chaosu.

Pomáháte firmám růst, hledat optimální cesty k úspěchu, eliminovat rizika. Co doporučujete dnes, když je dobrá rada dražší než kapka živé vody?

V drtivé většině projektů dnes spolupracujeme s majiteli firem, a teprve následně s týmy jejich manažerů. Dovolte mi tedy odpovědět tím, co doporučujeme majitelům firem – zvolit nejdříve racionální vlastnickou strategii péče o hodnotu své firmy. Ta může mít trojí podstatu:

1. Chci vlastnit a aktivně se podílet na výkonném řízení v roli odpovídající mým schopnostem.
2. Chci vlastnit a řízení předat tomu, kdo na to má.
3. Nechci vlastnit (sám), chci co nejlépe prodat – nebo nalézt investora, s kterým přijde síla do budoucnosti firmy.

Teprve poté, co má firma zdravou vlastnickou strategii, má cenu zabývat se strategií manažerskou – tedy především obchodní a finanční. Na ní pak pracujeme s tou výše zmíněnou partou Pěti statečných. Stále častěji se ale setkáváme s volbou druhé nebo třetí cesty



foto Pixabay

ve vlastnické strategii. Nabízíme pak majitelům firem služby kompletních interim manažerských týmů, které středně i dlouhodobě firmy vedou a stabilizují a zvyšují jejich tržní hodnotu, nebo transakční služby – firmy připravíme k prodeji nebo vstupu investora a takovou transakci odřídíme.

Jsou šéfové podniků, s nimiž komunikujete, skutečně pod takovým tlakem, jak se předesílá? Anebo je celospolečenská nálada a zdražování na všech frontách další válkou o to, co lze zničit strachem?

Žijeme v době globálního přerozdělování moci. Ta s sebou nese konflikty všeho druhu – především války o zdroje a úsilí o ovládnutí myšlení lidí. V takové době, myslím, je většina lidí ve vůdčím postavení (a uvědomujících si svou odpovědnost vůdců) pod tlakem. V businessu to není jinak – vést firmy bylo vždycky emočně náročné, a vést firmy v době globálních konfliktů dvojnásob.

Naši businessmani se rádi uhnízdili ve zdánlivém komfortu subdodavatelské ekonomiky. Být dodavatelem Škodovky bylo snem kdejakého podnikatele. Starat se o vlastní výzkum a vývoj, sbírat a využívat klientská data a podle nich rychle inovovat, na to nás nikdy moc neužilo.

Podstatné je, má-li takový tlak motivující, nebo paralyzující dopad. Troufnu si tvrdit, že u lídrů, s nimiž se setkáváme, je podstata a míra dopadu rozložena (jak jinak u statisticky významných souborů) podle Gaussovy křivky. Hodně mi pomáhá co nejdříve si uvědomit, s jakým lídrem mám tu čest: motivovaným, nebo paralyzovaným – a jak moc... Vě-

řím, že každému lídrovi pomůže, když si sám sebe takhle „zařadí“.

Sny se mění v aplikace, ale vzdalujeme se člověčímu pohlázení a vlídnému slovu. Smysl digitalizace chápu, ale neutíká nám z ní trochu člověk a jeho poslání na této zemi? Nestáváme se obsluhovači tlačítek a klávesnic, místo toho, abychom chodili i v pozdním věku na rande?

Budme v klidu. Digitalizace – jako každá technologická revoluce (párou počínaje, automatizací pokračuje...) – si projde svými vývojovými stadii a usadí se v poloze, kdy poskytuje nový komfort a člověku umožní realizovat se v nových rolích. I řízení apeluje na to, že klíčové dovednosti lídrů nejsou technologické, ale sociální: empatie, nápaditost, tvořivost, přesvědčivost... To ale neznamená, že digitalizace (jako každá revoluce) nebude mít (a už nemá) své oběti: lidi uvízlé ve virtuální sociálních sítích, zmažené těžbou pseudovýhod kdejakých aplikací, trávících svůj čas s mobilem. Jejich volba. Jako slabé kusy je to semele. Silné kusy budou chodit do kopců a na rande.

Mnozí majitelé firem však neklesají na mysli, ale vidí blízkou budoucnost očima příležitostí. Myslíte si, že právě nyní vyrostou nové společnosti, které za deset let budou přinášet takové produkty a služby, o nichž nyní nemáme ani ponětí? Anebo přijde období stagnace nápadů, nedostatku převratných myšlenek?

Převratné doby prostě jsou dobami příležitostí. Otázka zní, kdo a kde je schopen je poznat a využít. Pijde obojí – vlna nové prosperity se smísí s vlnou krachů.

Je pochopitelné, že v různých regionech a v různých branžích bude mít větší sílu jedno nebo druhé. Co se týká našich luhů a hájů, nejsem příliš třeskutě optimistický – podnikatelská nápaditost a dravost, schopnost dopídit se

pozitivního jádra kdejakého srabu nám není moc vlastní. Naši businessmani se rádi uhnízdili ve zdánlivém komfortu subdodavatelské ekonomiky. Být dodavatelem Škodovky bylo snem kdejakého podnikatele. Starat se o vlastní výzkum a vývoj, sbírat a využívat klientská data a podle nich rychle inovovat, na to nás nikdy moc neužilo.

Na druhou stranu – čím rychleji padneme na ústa, tím rychleji se (pár z nás... možná) zvedneme. Sakra, že by měl pravdu Antonín Zápotocký...? Vstanou noví bojovníci?

Převratné doby prostě jsou dobami příležitostí. Otázka zní, kdo a kde je schopen je poznat a využít. Pijde obojí – vlna nové prosperity se smísí s vlnou krachů.

Co doporučit těm, kteří se rozhodnou založit právě nyní třeba živnost a obsluhovat komunitu v místě bydliště? Mají šanci prosperovat? Třeba sušit přebytky ovoce nebo se starat o květiny na zahradách lidem, kteří na to nemají čas, investovat do včelstva a prodávat med či zprovoznit zdravou cukrárnu nebo čistírnu bot?

Mají. V době, jak jsme si dnešek popsali, je úspěch vždycky spíš velmi globální nebo velmi lokální. A těm, kterým zavoní lokální podnikání, bych dal pár tipů: Nečekat. Začít hned. Vsadit na jednoduchost. Rozjet to v malém. Ověřit si životaschopnost na pilotním projektu. Minimalizovat úvěrovou zátěž. Klíčové pro úspěch v lokálním živnostenském podnikání je ale nekompromisní prolnutí dvou předpokladů:

1. Podstata podnikání musí být pro živnostníka vášní. Prostě ho to musí bavit! Musí být nejspokojenější, když suší ovoce, hrabe se v kytkách, je pobodán včelami nebo pigluje boty...



2. To, na čem ujíždí, někdo potřebuje a je ochoten dát za to rozumné peníze. Že je to banální a jednoduché? Bodejť. Fungují jen jednoduché věci.

Šikovných seniorů přibývá, chtějí být stále aktivní a seberealizovat se jinak než s vnoučaty. Myslíte si, že by byl užitečný nějaký státní program, který by je motivoval v jejich úsilí dát se na dráhu podnikatele?

Ne. Za státní programy podpory kdečeho bych nedal zlámanou grešli. A senioři jako začínající podnikatelé? Proč ne. Ale ani na masovost tohoto trendu bych si nevsadil. Marná sláva, podnikání – obzvlášť v začátcích! – chce onu mnohokrát zmíněnou energii a dravost. A ta s věkem ubývá, ať se nám to líbí, nebo ne.

Na jakých projektech nyní M.C. TRITON pracuje? Jak vás to posouvá dál? Učíte se zároveň?

Největším tritonním projektem je rozjezd vlastního investičního fondu – T. Funds. Jak jsem zmiňoval dříve – za každým podnikatel-

ským projektem musí být potřeba zákazníka a vášně dodavatele pro službu. Že je na trhu nemalá potřeba prodat firmu – anebo najít strategického investora – je jasné. Nakonec, povídali jsme si o tom v začátku našeho rozhovoru: řada majitelů už svou firmu dál rozvíjet nechce nebo nemůže a nemá ji komu předat. Prodat firmu fondu, jehož strategií je rozvinout její potenciál a zvýšit její tržní hodnotu, je pro budoucnost firmy smysluplná cesta. Stejně tak je tu potřeba investorů najít pro svůj kapitál atraktivní „adresu“. Fond, který umí zvýšit hodnotu firem ve svém portfoliu, takovou adresou je.

A vášně pro službu? Ve Fondu potkáte lidi, které nákup firem s budoucností jednoznačně baví. Fond pak pro zvýšení hodnoty firem logicky využije služeb M.C. TRITONu – svého strategického partnera, firmy, která rozvojem a zvyšováním hodnoty firem žije už 32 let. Proto je také investiční strategie Fondu jednoduchá: Kupujeme firmy z branží, kterým opravdu rozumíme. Kupujeme firmy, jejichž rozhodující rozvojovou potřebou je změnit způsob řízení – tedy to, čemu opravdu rozumíme. A co je naše vášně... Synergie

mezi M.C. TRITON a T. Funds nás bezesporu posouvá dál – je to v podstatě nový podnikatelský model. A že je na něm spousta věcí k učení, to je vám jasné...

S jakými dotazy či návrhy se na vaši společnost dnes zájemci nejvíce obracejí?

Vlastně jde o ony tři hlavní zájmy majitelů firem, které jsem zmínil hned na začátku: Poradte mi, jak líp řídit firmu, kterou vlastním. Řiďte pro mne a v duchu mých zájmů celou firmu sami. Najděte pro mou firmu kupce nebo investora.

Společným jmenovatelem je strategie pro nové časy. Pro časy chaosu a perfektní bouře. Taková strategie je pro každou firmu totální unikum. Přesto vyžaduje jednu univerzální dovednost, která je pro služby Tritonu charakteristická: podívat se na firmu z nadhledu a v souvislostech, a díky tomu najít kritické potřeby změn. Pro realizaci těchto změn pak přivedeme do klientovy firmy lidi, kteří neuhnou a nepoleví, dokud se nedostaví výsledek.

Myslíte si, že člověk, který se dokáže radovat z maličkostí, snáze získá to, oč usiluje?

Ano. Radost – třeba z maličkostí – je skvělý životní doplněk. Umíme-li se radovat, podáváme prostě lepší výkon. A podle toho vypadají výsledky.

Znám vás jako osobnost, která hýří optimizmem a nadšením při zvládání čehokoli. Kde berete takový zdroj pozitivní energie? A jak povzbudit ty, kteří o to stojí?

Děkuju! Evo, odpovím vaši předchozí otázku: z radosti. Radost mi dělá vylézt na pěkný kopec. Radost mi dělá objevovat nová a nová místa, kde se dobře lyžuje. Radost mi dělá práce na projektech s lidmi, kteří mají smysl pro humor a nežinýrují se dát mu průchod.

Jak povzbudit člověka? Mám dobrou zkušenost se třemi způsoby. Pomoci mu uvědomit si svou hodnotu – tedy povzbudit jeho sebe-

Co z toho tedy mají vyvodit podnikatelé? V prvé řadě je třeba si položit otázku, jestli stále mají na to, aby v časech bouří uspěli jako vůdci. Jestli na to mají především chuť, energii, nezlomnost.

vědomí. Pomoci mu podívat se na každou situaci s odstupem a nadhledem. Pomoci mu v tom, aby se nebral příliš vážně. Nevíra v sebe, zavalenost aktuálním problémem a sebeklam vlastní důležitostí – to jsou tři vstupenky k životu v utrpení. A k němu je právě teď nebezpečně blízko.

za rozhovor poděkovala Eva Bixi

Samorízené i létající vozy se rozšíří do roku 2035

Masové rozšíření elektromobilů, a v menší míře i samorízených, a dokonce létajících aut. Také tyto převratné změny čekají automobilové odvětví v příštích pěti až deseti letech. Vyplývá to z průzkumu poradenské společnosti KPMG, která v 31 zemích vyzpovídala přes 1100 manažerů autoprůmyslu, včetně těch působících v Česku. Respondenti se nejvíce obávají problémů v dodavatelských řetězcích, které válka na Ukrajině dále prohloubila.

Oslovení vesměs předpovídají, že elektromobily budou do roku 2030 tvořit přibližně polovinu nově prodaných vozů v USA, západní Evropě, Japonsku i Číně. V Brazílii a Indii by to mohlo být 40 %. Údaj za Česko průzkum neobsahuje.

K rozšíření elektromobilů napomůže jejich zlevňování. Téměř tři čtvrtiny dotázaných míní, že do roku 2030 se náklady na elektromobily sníží na úroveň vozů se spalovacím motorem. Masové prosazení elektromobilů ale závisí na výrazném zrychlení jejich nabíjení. To u většiny současných nabíjecích stanic trvá přes tři hodiny. Řidiči by ale na cestách potřebovali dobít nanejvýš za 30 minut, uvedlo 77 % manažerů. Stejný podíl věří, že elektromobily jsou schopné se rozšířit i bez státních dotací.

Samorízené vozy budou do konce desetiletí komerčně dostupné ve velkých městech v západní Evropě, USA, Japonsku i Číně. Myslí si to většina oslovených. Létající vozy budou k dispozici ve většině velkých měst do roku 2035, očekává 58 % respondentů. Vývoj a testování létajících aut i plány na jejich sériovou výrobu jsou v pokročilých fázích hlavně v Číně, USA, Británii, Německu, ale i na Slovensku.

„Snad každý aspekt automobilového průmyslu, od vývoje po výrobu až prodej, projde hlubokými změnami. Rozdílné schopnosti přizpůsobit se trendům rozdělí sektor na nové vítěze a poražené. Pro Česko je životně důležité, aby zůstalo v první skupině,“ upozornil automobilový expert české pobočky KPMG Jan Linhart.

Dodavatelské řetězce a trh práce

Manažeri se nejvíce obávají přetrvávání problémů v dodavatelských řetězcích. Více než polovina respondentů byla velmi až extrémně znepokojena nedostupností a/nebo cenou oceli, hliníku, mědi a lithia do baterií. 55 % dotáza-



foto Shutterstock

ných zneklidňoval nedostatek pracovníků, který trápí obzvláště USA. 57 % oslovených mělo strach, že v příštích pěti letech stoupne složitost a nákladnost obchodních pravidel a cel.

„Po ruském útoku na Ukrajinu jsou problémy v dodavatelských řetězcích ještě mnohem naléhavější. Rozpadají se obchodní vztahy, které zahrnují ruské či ukrajinské firmy. Už se kvůli tomu omezuje produkce i v Česku. Kromě toho dramaticky stoupají ceny surovin, a to nejen těch dovážených z Ruska a Ukrajiny. Rusko navíc přestalo plnit roli odbytiště a automobilky v něm zastavují distribuci i výrobu. To vše vyvolalo dodatečné obrovské nejistoty napříč celým sektorem,“ vysvětlil Jan Linhart.

Na 53 % respondentů přitom věřilo, že v autoprůmyslu porostou v příštích pěti letech zisky. Obavy o budoucí ziskovost vyjádřilo 38 % dotázaných. 9 % nemělo jasný názor. „Optimismus ohledně zisků se lišil podle jednotlivých států. V USA ho sdílelo 66 % dotázaných, ale v Německu jen 49 %. To pro české automobilky navázané na Německo není dobrý signál. Navíc s válkou na Ukrajině je ziskovost autoprůmyslu ještě více nejistá,“ zdůraznil Jan Linhart. 85 % oslovených zvažuje v příštích letech nové investice, akvizice či partnerství. 75 % manažerů se střední a vyšší pravděpodobností odpodá část nestrategických aktiv, aby na investice získali peníze.

Provoz automobilů budoucnosti bude zřejmě vytvářet velké množství dat a zájem o jejich využití. 43 % respondentů očekává, že výrobci automobilů začnou tato data prodávat pojišťovnám.

Boom předplatného aut a ústup dealerů

Průzkum předpovídá prosazování modelu označovaného jako předplatné aut. Předplatné vozy zákazníci nevlastní, ale pouze užívají. V tom je předplatné podobné operativnímu leasingu. Na rozdíl od něj ale lze předplacené auto užívat i jen krátkou dobu v řádu měsíců nebo týdnů. U předplatného navíc zákazník nenese náklady spojené s pojištěním či údržbou. 84 % dotázaných míní, že do roku 2030 bude předplatné automobilů vážným konkurentem klasických prodejců i operativních leasingů. Nejlepší předpoklady k úspěšnému nabízení předplatného mají podle průzkumu výrobci automobilů, nikoli dealeri nebo startupy.

„Z průzkumu také vyplynulo, že do roku 2030 se bude většina nových aut prodávat online. Tři čtvrtiny oslovených očekávají, že více než 40 % vozů prodají koncovým zákazníkům přímo automobilky. Části dosavadních dealerů tak hrozí, že se postupně stanou nepotřebným mezičlánkem,“ uzavřel Jan Linhart. (tz)

Chytrá kamera pozná spokojeného zákazníka

Chytrost nejsou žádné čáry, říká se. O chytrých kamerách to platí dvojnásob. Nabízejí například způsob, jak poznat náladu klienta nebo pohlídnout výrobní procesy lépe než člověk. A mnohem víc... Povídali jsme si o tom s Michalem Šotkem, šéfem kamerové divize české a slovenské pobočky společnosti Konica Minolta.



Michal Šotek

Konica Minolta dokáže zapojit umělou inteligenci tak, aby sledovala a vyhodnocovala emoce lidí. Jak nové řešení funguje?

Chytré kamery ve spojení s umělou inteligencí sledují rysy a detaily obličejů snímaných osob. Na základě toho dokážou s téměř sto-procentní přesností určit jejich pohlaví, věk a náladu, respektive, zda se usmívají, mají neutrální výraz, nebo se mračí. Vše je přitom v souladu s požadavky GDPR. Identita lidí není nikterak ohrožena ani ukládána. Sledované údaje jsou přiřazovány pouze k zákazníkovi číslo 1, 2, 3 atd., nikoli k reálným obličejům.

Kdo nejvíc ocení nové řešení? Jaké přináší výhody?

Základem každého úspěšného podnikání je spokojený zákazník. Pro firmy je proto zásadní, aby věděly, zda a kolik zákazníků od nich odchází s úsměvem, tedy spokojených. Pří-

padně i kolik jich spokojených nebylo. Získaná data pak lze analyzovat s ohledem na denní dobu, konkrétní provozovnu nebo třeba pracovníka u přepážky. Řešení je vhodné pro hotely, restaurace, obchody, jakékoli služby, ale například také pro banky a firmy, které mají pobočkovou síť.

Doposud bylo jejich jedinou šancí, jak získat tato data, platit za marketingové výzkumy, dotazníková šetření nebo analýzy webů s recenzemi. V současnosti však není nijak ojedinělé, že recenze jsou falešné či zavádějící a jakékoli výstupy jsou vždy se značným zpožděním. Chytré kamery oproti tomu nabídnou zpětnou vazbu v reálném čase, takže na statistiku lze reagovat prakticky okamžitě.

Jsou kamery vhodné i pro menší firmy?

Určitě ano. Cena, včetně hardwaru, se pohybuje zhruba od 100 000 korun. Navíc tytéž kamery mohou sloužit rovněž k zajištění ostrahy objektů, zabezpečení přístupu zaměstnanců a podobně. Firmy je tak mohou využít i k jinému účelu.

Řešení nese výraznou českou stopu. Kdo ho měl na starost a jak se Češi na rozvíjení umělé inteligence ve společnosti Konica Minolta podílejí?

Konica Minolta provozuje v Brně jedno ze svých pěti R&D center na světě. Zde se mimo jiné dlouhodobě zabýváme i vývojem kamerových řešení. V tomto konkrétním případě využívají kamery prvky umělé inteligence, kterou je třeba „naučit“, co má sledovat a jak sledovaný objekt, například obličej, správně vyhodnotit. Naši programátoři proto vyvinuli vlastní software určený pro další rozvoj celého řešení. Takzvané strojové učení je s jeho pomocí výrazně jednodušší. Sami naši zákazníci tak dokážou umělou inteligenci „učit“ a přizpůsobit ji svým požadavkům.

Kde se už můžeme s chytrými kamerami Konica Minolta setkat?

Nové řešení pro sledování zákaznické spokojenosti už využívají v ČR první zákazníci. Naše kamery však již řadu let pomáhají se zajištěním bezpečnosti či s kontrolou kvality. I v těchto případech je využívána umělá inteligence a konkrétně se sledováním kvality pomáháme již ve stovkách výrobních či logistických společnostech po celé Evropě.



Jak mohou kamery hlídat kvalitu výroby?

Dříve zastávali tuto činnost takzvaní kvalitáři. Představte si pracovníka, který celý den sleduje například výrobní pás nebo proces nakládky zboží a snaží se odhalit jakýkoli problém. Kamera toto zvládne v režimu 24/7. Zboží či výrobky může sledovat ze všech úhlů a upozornit i na nejmenší detaily, jako je škrábanec nebo nedotažený šroubek. V takovém případě ohlásí problém operátorovi, může zmetek vyřadit, nebo i automaticky zastavit výrobu. Všechny tyto akce jsou pro firmu ve finále levnější než vadný kus dodat na trh, a následně řešit mnohem nákladnější reklamaci, o poškozené reputaci nemluvě.

Co ještě vaše kamery dokážou?

Často poptávanou funkcí je také termovize. Takto vybavené kamery umí odhalit například začínající ohnisko požáru ještě dříve, než dojde ke vznícení. Využívají je například skládky odpadů nebo firmy s rozsáhlými venkovními areály, kde skladují materiál. Stejně tak dokáže termovize včas odhalit i přehřívající se stroj ve výrobní hale nebo třeba akumulátory vysokozdvizných vozíků, které často pohání elektrina. Opět tak mohou předejít rozsáhlejším a nákladnějším škodám na majetku, či dokonce zdraví zaměstnanců. V oblasti bezpečnosti práce pak kamery mo-



hou rovněž hlídat dodržování požadavků BOZP, jako je nošení přilby či jiných ochranných pomůcek nebo například přítomnost

člověka v blízkosti stroje, kde by mohl přijít k úrazu.

ptal se Pavel Kačer

INZERCE

VÁŠ PARTNER PRO ŘÍZENÍ A ROZVOJ FIRMY

M.C. TRITON

- Realizujeme skokové změny ve firmě.
- Přebíráme odpovědnost za řízení celých firem.
- Vyhledáváme investory, nakupujeme a prodáváme firmy.
- Máme také vlastní investiční fond T.Funds.

Naše přidaná hodnota

- Skokový růst výkonu.
Změna myšlení lidí ve firmě/na úřadě.
- Dlouhodobá perspektiva firmy, zvýšení hodnoty firmy, zvládnutá krize firmy.
- Vytěžení potenciálu transakce.
Vysoká návratnost investice při koupení firmy.

www.mc-triton.cz

Muzeum slivovice v Praze: unikát s noblesou

Je až s podivem, jak vřelý vztah máme ke slivovici. Možná v sobě má něco magie z procesu, jakým vzniká, která vzlíná do podvědomí člověka, cosi, co rozehrává nejen srdce, ale i ruce, které se pak navzájem lépe podávají. V tomto národním nápoji se snoubí tradice, hrdost, nadšení i mnoho práce. Jak to vše bylo a je se slivovici a se značkou RUDOLF JELÍNEK z Vizovic, o tom vypovídá nové překrásné a reprezentativní Muzeum slivovice v Praze. S jeho ředitelem Romanem Talmanem jsem hovořila o všem možném:



Roman Talman

Jak můžeme vnímat slivovici? Jako moravskočeský unikátní nápoj? Jako součást národního gastronomického dědictví?

Dovolil bych si jej nazvat československým unikátním nápojem, pokud zůstaneme uvnitř našich hranic. Slivovice je ale jinak nápojem střední Evropy, Slovenska, Polska, Balkánu. Pokud budeme hovořit o tradici zde u nás, potom je domovinou Morava, hlavně tedy Valašsko. První zmínky o pálení se datují na konec 16. století. V té době se ale páliko především z pivních zbytků, později z obilí. Teprve Marie Terezie stála u počátků ovocnářského páleníčářství. Nedostávalo se obilí, a tak vyhlásila grant na výsadbu ovocných stromů. Toto dalo popud k velikému rozmachu sadařství a brzy se zjistilo, že Vizovicko je díky povětrnostním

podmínkám a složení půdy ideálním místem například právě pro výsadbu švestkových stromů. Slivovice je určitě nápoj, který patří do tradičního gastronomického dědictví. Především potom slivovice společnosti RUDOLF JELÍNEK. Vždyť se založení této společnosti datuje do roku 1894. Rádi bychom, aby slivovice byla vnímána stejně jako v Mexiku tequila, whisky ve Skotsku nebo bourbon ve Spojených státech. Jako náš národní nápoj!

I proto jste zřídili v Praze Muzeum slivovice? S jakým dalším záměrem?

Kolem místa chodili kolegové z vedení společnosti už od roku 1999. Byli si vědomi toho, že lokace domečku je velmi atraktivní a strategická. Denně zde proudily davy turistů, kteří mí-

řili z Pražského hradu na Karlův most. Nyní je situace odlišná, ale věříme, že se turismus opět probudí v plné své kráse.

Od prvotní myšlenky k samotné realizaci uběhlo mnoho času. Teprve o 12 let později se podařilo domeček koupit. Následovala vlna úřednických peripetií, sporů, žádostí o vydání územního rozhodnutí, stavebního povolení... To jsme získali až ke konci roku 2017. Dva roky trvalo, než jsme celý objekt dokončili a úspěšně zkolaudovali.

Již od samotného počátku se uvažovalo o vybudování nejen expozice a reprezentativní prodejny, ale i o vytvoření místa pro setkávání, vzdělávání. O místě, kde by se představila gastronomie a ovocné destiláty Valašska. Muzejní expozice je velmi moderní, interaktivní, protkaná nejmodernější audiovizuální technikou, včetně 5D animace. Skládá se ze čtyř částí (historie, krajina, 5D příběh švestky a poslední část je věnována technologii). Na závěr vás u východu z expozice čeká náš barman, který nabídne v naší degustační barové části ochutnávku tří vzorků ovocných destilátů spárovaných ještě se třemi valašskými jednohubkami.

Muzeum slivovice v Praze vnímáme jako takové valašské velvyslanectví, kde propagujeme nejen produkty společnosti, včetně slivovice, ale zejména tradici, která je s tím spjatá.

Prostory v historickém centru metropole jste vybavili velmi unikátně tak, aby se zde daly pořádat nejrozmantější akce, jako jsou firemní jednání, setkání obchodních partnerů, reprezentativní schůzky, školení, oslavy. Jaký je zájem?

Celá budova muzea se po všech těch restrikcích začala postupně otevírat od června roku 2021 a od tohoto měsíce do dnešní doby zažíváme konečně kontinuální otevření všech prostor. Byť samotné umístění budovy na Klárově hodně cílí na zahraniční turisty, jsme velmi rádi, že poměr našich tuzemských návštěvníků velmi silně převažuje. Momentálně je poměr přibližně 70 % ku 30 % ve prospěch českých návštěvníků. Cestu k nám si nachází nejen individuální klientela, ale především si u nás objednávají různé společenské akce, setkání či školení významné české společnosti. Jsme rádi, že zájem je veliký. Jsou dny, kdy realizujeme až tři různé akce najednou. Naším nesporným benefitem je možnost ochutnat valašskou kuchyni jako kyselici, brynzové halušky, švestkové knedlíky s mákem či švestkový koláč a v neposlední řadě vždy přítomné valašské jednohubky. Tato kuchyně je v rámci akcí velmi žádaná.



Mysleli jste ve velké míře na turisty ze všech koutů světa, tedy i na propagaci slivovice za našimi hranicemi...

Ano, chceme propagovat slivovici i daleko za hranicemi naší země. S opětovným nastartováním cestovního ruchu se nám poměr domácích a zahraničních klientů bude zcela jistě vyrovnávat. Momentálně procenta nahrávají domácím klientům. Slivovice ve střední Evropě je proslulá. Chceme ji však propagovat i klientům z Asie, USA, Jižní Ameriky, Austrálie. V Americe je slivovice poměrně známá, především naše řada kosher destilátů. Pro nás nejvýznamnější trh však nehledejte daleko. Je to Slovensko. Zde se prodává nejen slivovice, ale ve velkém množství i borovička.

Každý bodrý Moravan potvrdí, že slivovice je lék. Dětem se dává vata omočená ve slivovici do ucha při zánětu, dámy v letech si jí natírají neposlušná kolena, pomáhá při bolestech zubů. Je opravdu tak mocná?

Jak říká naše definice: Pro někoho je lékem, pro jiného múzou. Pro nás je národním nápojem. Ano, říká se „Kudy chodí, tudy léčí“. Vždyť je ze švestek, tradičního ovoce našich končin. Lidé se domnívají, že se může destilovat z nahnilého ovoce, plesnivého ovoce. To je veliký omyl. Naopak, ovoce musí být vždy naprosto zdravé. Pokud by tomu tak nebylo, výrazně by se tímto ovlivnily senzorické vlastnosti výsledného destilátu. Lidé si i čistou

slivovici následně různě upravují. Moji přátelé si třeba před zimou naloží do slivovice velké množství plátků citrónu a zázvoru, a následně ještě přidají med. Každý den jim jeden malý vypitý pohárek slouží jako prevence proti nachlazení i jako případný lék. U nás v prodeji také můžete koupit slivovici Bohemia Honey (35 % alkoholu), která je míchána s lipovým medem. Mezi ženami je velmi oblíbená. Především ženy vyhledávají i naše elixíry, likéry z bezového květu, rakytníků či arónie.

V muzeu se toho návštěvník dozví opravdu mnoho nejen o lahodném moku, ale především o historii firmy RUDOLF JELÍNEK a.s., jejíž osud procházel mnohými peripetemiemi. Bylo obtížné vybrat ty nejdůležitější milníky?

Nebylo. Pokud budeme hovořit čistě o historických milnících, potom rozhodně rok 1894 – založení společnosti. Dalším rokem byl rok 1934, kdy společnost začala exportovat kosher destiláty do USA. Tomu předcházelo rok 1926, kdy se do té doby spolu podnikající bratři, Vladimír a Rudolf Jelínkovi, začali ve svém názoru na vedení společnosti rozcházet natolik, že si každý založil svoji společnost. Vladimír sázel více na jistotu, podnikat bez rizik. Rudolf byl bouřlivák, živelný člověk. Měl rád karty, rychlá auta, byl však také vizionář, který se nebál podstoupit riziko. Právě produkce kosher destilátů a export do USA byl jeho nápad. Dalším rokem byl rok 1944, tedy druhá světová válka. Před

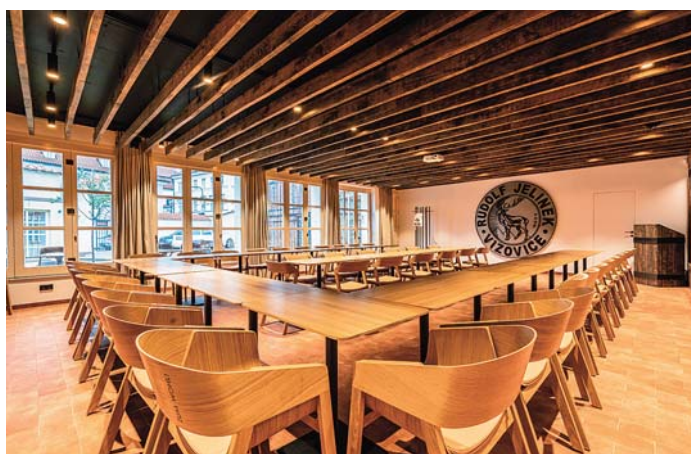
válkou žilo ve Vizovicích přibližně 70 židovských rodin. Po válce se vrátilo pouhých sedm osob. V koncentračním táboře skončila i rodina Jelínků. Celou historii rodiny Jelínků můžete zhlédnout i na divadelních prknech. V současné době je představení pojednávající o této rodině jménem Trnky a hvězdy uváděno na prknech zlínského divadla. V květnu bylo odehráno i v divadle Na Vinohradech zde v Praze. Současná novodobá historie se začala psát především rokem 1999, kdy do společnosti vstoupila finanční skupina pod vedením současného předsedy představenstva společnosti, Ing. Pavla Dvořáčka.

V současné době má nejznámější výrobce slivovice jedno prvenství – je největším producentem ovocných destilátů na světě. Jste také jejich největším exportérem?

Ano, jsme i největším exportérem ovocných destilátů z České republiky. Důkazem jsou naše největší exportní trhy – Slovensko a Spojené státy. Konkrétně na americkém trhu, kde se potkávají produkty od více výrobců ovocných destilátů, nám patří první místo.

RUDOLF JELÍNEK investuje do zakládání vlastních sadů, nejen švestkových. Z jaké rozlohy dnes sklízíte?

Naše sady najdete ve Vizovicích, v Kostelanech na Kroměřížsku, na jižní Moravě ve Starovicích a Velkých Němčicích. Pěstujeme švestky,



třešně, meruňky na jižní Moravě. Z ovoce vypěstovaného v těchto sadech vznikají limitované série destilátů, kde každá láhev má své číslo. Jen registrovaných švestkových stromů máme skoro 40 000. Je však nutné si uvědomit, že společnost je největším producentem ovocných destilátů na světě, a tak v období vrcholného léta, kdy destilujeme ve třech směnách, je denní spotřeba ovoce velká a vlastní sady nestačí. Ovoce vykupujeme zejména u nás a na Slovensku, dále z Balkánu či ze zemí bývalé Jugoslávie. Sadařství se věnují i naše sesterské společnosti v Chile a Bulharsku.

Máte také hruškové sady v Jižní Americe, kde se vyrábí vaše hruškovice. Kde přesně?

Hruškovice Williams se produkuje v naší chilské společnosti RUDOLF JELÍNEK L.A. – S.A. v Quillónu. Sady jsou osázeny především odrůdou Williams, menší část odrůdou Peckhams. Celková rozloha sadů dosahuje skoro 40 ha. V této oblasti se tedy hrušky nejen pěstují, ale probíhá zde následně i samotná destilace. Potom se v nerezových kontejnerech hruškovice převáží přes oceán do Vizovic.

Lze si v muzeu koupit cokoli ze sortimentu? Třeba i sušené ovoce, švestková povidla?

Přesně tak. V muzeu je možné si koupit sušené švestky, povidla, přírodní ovocné čaje, kompotované malé kousky hrušek, turistické

magnetky, degustační skleničky, trička, ponožky s hruškami či švestkami. Vlastně ponožky jsou také tím nejprodávanějším doplňkovým zbožím. Ovocné destiláty, včetně netradičních pálenek jako např. z oskeruše, planých trnek, jaderničky, kdoulí či malin, patří k nejprodávanějším. V nabídce najdete ale i naši whisky Goldcock, Slováckou borovičku, ovocné likéry, elixíry, fernet, vodku, absinth či likéry (např. bylinný likér Praděd). Ostatně, máme tady nejširší nabídku.

Vydali jste obsáhlou publikaci o slivovici. Ta je rovněž k mání?

V pokladně muzea si knihu Království slivovice od Marcela Sladkowského můžete zakoupit nejen v českém, ale i anglickém jazyce. Je v ní popsána historie pálenic a tradice pálení slivovice na Valašsku od konce 16. století až do současnosti. Publikace je doprovázena celou řadou dobových fotografií a historických dokumentů.

Když by se dneška dožil třeba Jaroslav Hašek, myslíte, že by si cestu do muzea našel? A že by na základě toho měl Josef Švejk pokračování a doputoval by i do Vizovic?

Zcela jistě by do Vizovic doputoval. Prostě by nekřičel „Na Bělehrad“, ale křičel by „Na Vizovice“. Určitě by se na cestu nevydal sám. Přiznal by si dalšího významného krajana a tím

by byl zcela jistě Jára Cimrman. Nebylo by krásné si při návštěvě hospody Na mýtině připít jelínkovskou slivovicí? Stal by se jistě jejím pravidelným odběratelem.

Počítáte do budoucna s rozšířením repertoáru nabídky? Třeba s pořádáním tematických setkání lékařů, inovátorů, šéfkuchařů nebo bloggerů, veselic pro veřejnost?

Již nyní se u nás konají různé akce jako tiskové konference, školení, obchodní setkání, prezentace, zasedání, slavnostní večery, firemní večírky. Pořádáme pravidelné páteční hudební večery vždy s jiným repertoárem. Jednou je to folklór, písňe staré Prahy, swingové melodie, jindy zase večer plný šansonů. Zejména v podzimních a zimních měsících zveme na pravidelné řízené degustace, kde přednáší ti největší naši odborníci. V únoru nás bylo vidět na akci Malostranský masopust. V současné době zde u nás probíhá výstava věnována herečce Slávce Budínové. Tuto výstavu naše společnost připravila jako vzpomínku na tuto slavnou obyvatelku našeho domu u příležitosti 20. výročí úmrtí herečky. Vstup je pro všechny návštěvníky volný. V budoucnu chceme do našich prostor přilákat i blogery, sociální sítě jsou pro nás velmi důležité. V září nás čeká další ročník RUDOLF JELÍNEK Cupu, kdy barmani soutěží v přípravě koktejlů z našich destilátů a likérů.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí

Letní dovolenou v ČR plánuje 70 % lidí

Peníze (32 %) a preference volna v zahraničí (24 %). Důvody, proč letní dovolenou v České republice plánuje 68 % lidí. Vyplyvá to z květnového šetření Institutu turizmu České centrály cestovního ruchu – CzechTourism. Nejčastěji lidé chtějí v létě pobýt v Jihočeském a Jihomoravském kraji.

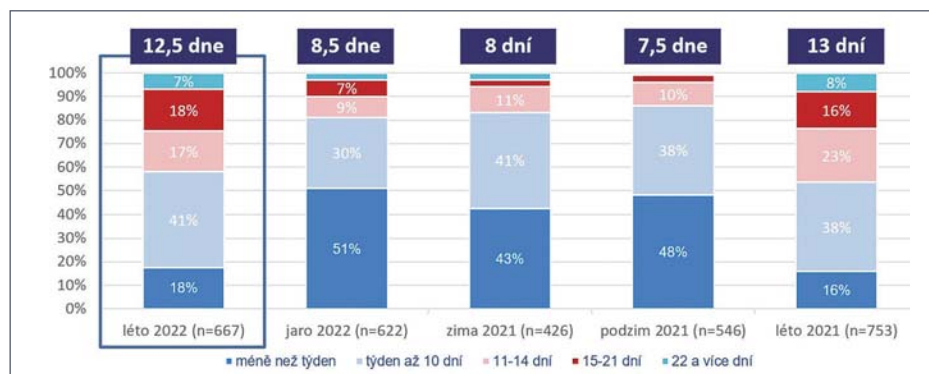
Na letní dovolené Češi plánují strávit v průměru 12,5 dne. Přejí si kombinovat odpočinek a sportovní aktivity, jako jsou lehké procházky,

pěší turistika, výletní cyklistika a vodní sporty, aquaparky (40 %). Návštěvu kulturních památek, hradů a zámků zamýšlí 14 % lidí, atraktivitu pro rodiny s dětmi pak 10 % dotázaných zejména ve věku 31–40 let.

„Předpokládaná útrata na osobu 7213 Kč je téměř o 400 Kč vyšší ve srovnání se stejným obdobím loni,“ řekl ředitel České centrály cestovního ruchu – CzechTourism



foto Pixabay
koláž Schneidy



Jan Herget a dodal: „Roli zde hraje ekonomická situace obecně, například rostoucí ceny energií se negativně promítají do nákladů na ubytování, které tvoří největší část (45 %) výdajů za letní dovolenou. Podobné je to se stravováním či s dopravou. I proto nadále táhne domácí cestovní ruch, znamená totiž mimo jiné menší náklady právě na dopravu.“

Letní dovolenou mívají obyvatelé Česka zpravidla delší než volno v jiném období roku.

V průměru jde o už zmiňovaných 12,5 dne, kdy 20 % respondentů počítá s desetidenním volnem, 18 % s týdenní pracovní přestávkou a 15 % lidí s letními 14 dny dovolené. (tz)

Hraní online her jako profesionální sport

Projekt Hraj s rozumem společnosti Sazka se rozrůstá o novou oblast – esport. Jeho cílem je přinést osvětu a ukázat, že pro organizované soutěžní hraní online her platí pravidla, která je třeba dodržovat. Zaměří se na mýty, které oblast esportu provázejí, ale také na rodiče i samotné hráče.

Pod pojmem esport, který se někdy chybně označuje jako gaming, se skrývá organizované soutěžní hraní hráčů nebo týmů v jakémkoliv online hře. Mezi nejčastější a nejznámější se řadí například Counter-Strike, Call of Duty nebo League of Legends. Účastnit se jich mohou jak amatérští, tak profesionální hráči. Kromě samotného hraní je však velmi populární i sledování esportu. „Esport je novodobý fenomén a patří do kategorie zábavy, které se Sazka věnuje, například v rámci Sazka eLeague. V rámci projektu Hraj s rozumem klademe důraz na vzdělávání nezletilých, proto edukace i v kategorii silnicího esportu je logickým krokem. I tam je třeba k hraní přistupovat s rozumem,“ řekla tisková mluvčí Sazky Veronika Diamantová.

Nedávný průzkum České asociace esportu prokázal, že až 77 % fanoušků esportu se aktivně věnuje nějakému sportu i mimo online prostředí. Mezi tyto aktivity nejčastěji patří cyklistika, běh nebo plavání. Jedním z cílů projektu Hraj s rozumem je proto vyvrátit mýty o esportu. Mezi ty nejvíce rozšířené patří například to, že je většina hráčů asociálních nebo že online hry hrají pouze muži. Jedním z častých argumentů je také ne úplně správné tvrzení, že se děti při hraní her nic nenaučí. Projekt si proto klade za cíl rovněž edukovat rodiče dětí, které online hry hrají nebo sledují: „Rodiče mnohdy možná ani netuší, proč jejich děti stále koukají do počítače nebo za co utrácení kapesné. Chystáme pro ně například ma-



nuál moderních rodičů nebo rozhovory s odborníky,“ doplnila Veronika Diamantová k plánům projektu Hraj s rozumem.

Za posledních šest let vzrostl český esport šesti-násobně. Nejčastějšími diváky esportu jsou pak lidé ve věku 15–29 let, muži a přirozeně taky hráči. Jejich podíl s rostoucím věkem klesá a nejvíce jich je právě v mladším věku. „Chceme ukázat, že se esportu věnují profesionální hráči, kteří sami patří mezi aktivní sportovce, mají jasně nastavená pravidla. To může být pro samotné hráče počítačových her velmi inspirující a může jim to pomoci nastavit si své vlastní limity i třeba životosprávu,“ vysvětlil Ondřej Kvarda, esport specialista Sazky.

Hlavními prioritami projektu Hraj s rozumem je především posilování primární prevence a zodpovědnosti v českém zábavním průmyslu. Sazka tedy chce informovat hráče o tom, jak hrát, aby zábava zůstala bezpečnou, jak předcházet potenciálním problémům, jak správně nastavit své herní limity, aby hra nepůsobila existenční ani sociální problémy. Cílem je především věnovat pozornost tomu, aby hráči her vnímali samotné hraní jako zábavu a nedostávali se do problémových situací spojených s rizikovým chováním. (tz)

Turisté mají u nás nejraději zoologické zahrady, technické památky, koupání a Pražský hrad

Šest zoologických zahrad, včetně Safari parku (v Praze, Zlíně, Plzni, Ostravě, Olomouci a Dvoře Králové), lanová dráha na Petřín, Dolní oblast Vítkovice v Ostravě, AquaPalace v pražských Čestlicích a Pražský hrad. Desítky turistických cílů, které lidé v roce 2021 nejvíce navštěvovali. Přehled míst, o něž měli cestovatelé loni největší zájem, zpracoval na základě podkladů a dat zaslaných z regionů Institut turizmu České centrály cestovního ruchu – CzechTourism.

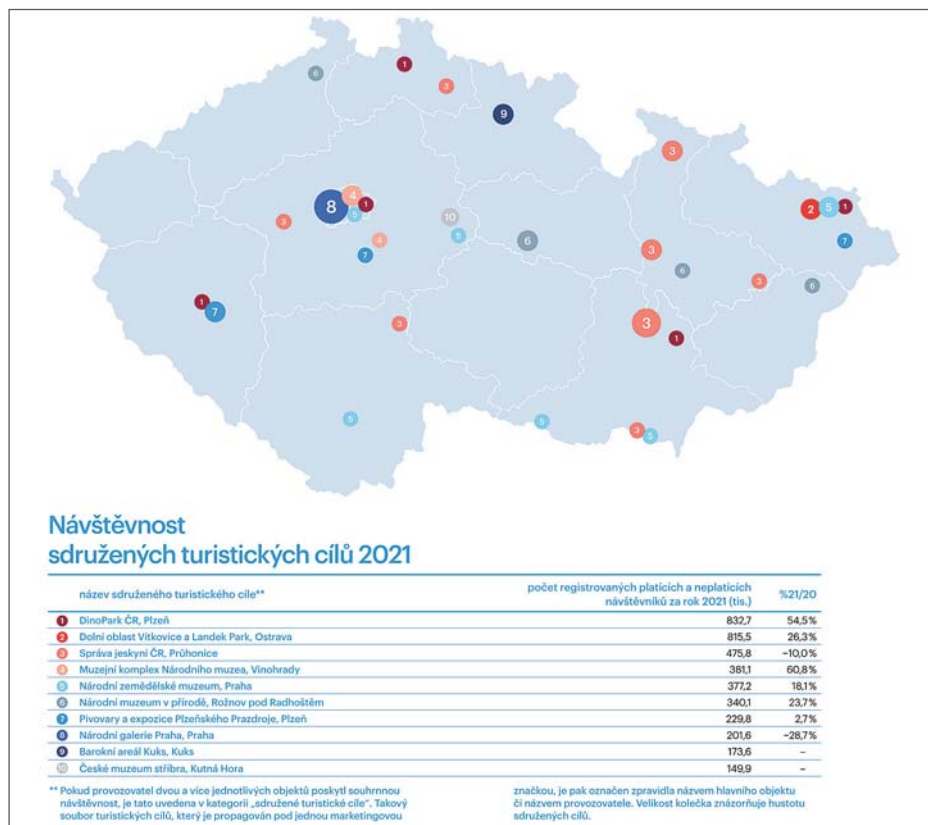


Srovnáme-li turistické cíle, do nichž lidé nejvíce jezdili v letech 2019–2021, došlo k několika změnám. Například umístění Pražského hradu v žebříčku návštěvnosti bylo loni horší než dřív. „Vysvětlení je prosté: zahraničních turistů bylo v roce 2021 kvůli covidu-19 výrazně méně, logicky se propadl i zájem o Hrad, podobně jako to bylo v pandemickém roce 2020. V dané době se naopak radikálně zvýšil a stále si drží vysokou pozici zájem cestovatelů o přírodu, zejména české hory,“ řekl ředitel České centrály cestovního ruchu – CzechTourism Jan Herget a dodal: „V tuto chvíli očekáváme, že do České republiky letos přijede kolem pěti miliónů náv-

štěvníků ze zahraničí, dá se tak předpokládat i růst zájmu o Pražský hrad. Chybět však stále zřejmě ještě budou turisté z Asie a Ruska, tvořili téměř 20 % hostů. Cestovní ruch tak dle všeho i nadále potáhnou obyvatelé ČR.“ Největší návštěvnost loni měla lanová dráha na Petřín, využil ji víc než jeden milión lidí. Následovala Zoologická zahrada v pražské Troji s 963 000 návštěvníky. A první trojici, co se týče zájmu turistů, uzavírá ZOO Zlín, zavítalo do ní téměř 624 000 cestovatelů. Návštěvnost přitom vždy ovlivňuje celá řada faktorů, covidové roky a zavřené hranice států však byly ve srovnání s minulostí naprosto atypické.

Letos je první rok téměř bez koronavirových opatření, lidé mají doslova „hlad“ po cestování, loni však ještě platila celá řada restrikcí. „Změna míst, která turisté v České republice loni nejvíce navštěvovali, ukazuje na dvě věci: roste význam domácího cestovního ruchu a je třeba investovat do restartu zahraničního turizmu. S tím prvním významně pomáhá náš portál Kudy z nudy, který je evropskou raritou a patří k vůbec nejnavštěvovanějším webům s tipy na výlet,“ vysvětlil Jan Herget. Institut turizmu také vyhodnocuje celkem 14 tematických kategorií turistických cílů. Jednou z nich je třeba architektura, zde se loni cestovatelé nejvíce zajímali o Obecní dům na Starém městě v Praze, z osobností nejvíce lákal Památník Jana Žižky z Trocnova v Borovanech v Jihočeském kraji. Z muzeí a galerií nejvíce turistů přivítalo Kovozoo ve Starém městě ve Zlínském kraji, z pietních míst zase středověká kostnice v Kutné Hoře Sedleci. Z přírodních krás lidé nejvíce jezdili na výlet do Adršpašských skal, z věží a rozhleden pak na dominantu pražského Petřína. A pokud se zastavíme například u vojenských turistických cílů, pomyslné prvenství v návštěvnosti patřilo Vojenskému technickému muzeu v Lešanech u Týnce nad Sázavou, ze sakrálních památek Svatému kopečku – Křížová, Mikulov. CzechTourism sleduje také tzv. sdružené turistické cíle, tedy ty, kde je víc zajímavostí k návštěvě. V top desítku za loňský rok se umístil Dinopark ČR, Plzeň, Dolní oblast Vítkovice a Lanek Park, Ostrava, Správa jeskyní ČR, Průhonice, Muzejní komplex Národního muzea, Vinohrady, Národní zemědělské muzeum, Praha, Národní muzeum v přírodě, Rožnov pod Radhoštěm, Pivovary a expozice Plzeňského Prazdroje, Plzeň, Národní galerie Praha, Praha, Barokní areál Kuks, Kuks, České muzeum stříbra, Kutná Hora.

(tz)





Zájem firem o úvěry **neopadá**

„Nejsem zastáncem černých scénářů a nazírání na ekonomiku a život vůbec pod úhlem negativních zpráv,” tvrdí Ing. Pavel Ráliš, MBA, zakladatel značky fin4Business, která se věnuje zajišťování financování výhradně pro právnické osoby. Odborníci reprezentující značku si na nedostatek práce stěžovat nemohou. Obsluhují zejména developery. A zatím výraznější snížení poptávky nepozorují. Roste rovněž zájem o investice do energetické soběstačnosti.

První kvartál roku se nesl v duchu smíšených pocitů. Oslabující covid vystřídal válečný konflikt na Ukrajině, který značně ovlivnil dodavatelsko-odběratelské řetězce na straně jedné a počínající dramatický nárůst cen energií na straně druhé. Přesto ekonomika dle dat ČSÚ rostla meziročně o 4,6 %. Dáno to bylo ještě dobíhajícími zakázkami z předchozího období. „Když je ekonomika ovlivněna nejistotou a strachem, samozřejmě jsou i podnikatelé opatrnější. Přesto v některých oblastech, jako je například financování developerských projektů, jsme viděli a stále vidíme růst. Důstojné bydlení firmy totiž považují za smysluplnou investici. Podobné je to s projekty snižujícími energetickou závislost. Domácí podniky se dobře během dvou covidových let adaptovaly a ani současná světová situace je nezbavuje víry v to, co dělají. A to v našem oboru vidíme. Důvěra a upřímnost jsou v jednání o jakékoli spolupráci tím nejdůležitějším, co můžeme pro domácí hospodářství v současnosti udělat. Základem každého podnikání jsou jasné cíle a plán, jednoduchá strategie, která zahrnuje efektivní nakládání se zdroji, zdravý selský rozum, houževnatost a píle,” komentoval Pavel Ráliš.

Fotovoltaika a investování do obnovitelných zdrojů je znovu výzvou pro úvěrový trh

Fotovoltaické projekty jsou těmi, s nimiž má fin4Business zkušenosti. Investice do energetické soběstačnosti nebo alespoň snižování závislosti na externích dodavatelích vyhodnocují firmy jako nutnost. „Fotovoltaika má firmám přinést benefity nejen ekonomické, ale také ty pro životní prostředí, které se evropská legisla-



Ing. Pavel Ráliš, MBA

tiva snaží čím dál více chránit. Na základě našich letitých zkušeností ve finančním sektoru i nově získaných zkušeností v poradenství umíme velmi přesně odhadnout, jaké podnikatelské záměry jsou pro banky akceptovatelné. Dokážeme žadatele vhodně navigovat a zvládnout s nimi celý proces přípravy na to, aby úvěr získali. Jsme schopni nastavit ekonomický rámec, podle něhož klient může návrh na využití alternativních zdrojů neefektivněji přizpůsobit svým potřebám. Podpora smělých plánů je důležitá, neméně důležité je ale zdraví firmy, a proto zastáváme konzervativní přístup. Rizika v dnešní situaci banky hlídají ještě přísněji, což je dáno celkovým hospodářským vývojem nejen v národním, ale i globálním měřítku. Ať už firma žádá o financování, nebo refinancování vlastních zdrojů, vždy je třeba se na projekt dívat jak očima žadatele, tak očima

banky,” řekl Pavel Ráliš. „V rámci toho všeho vždy promysleme, pokud se rysuje diskutovaná záležitost jako reálná, jak firmě vyjít vstříc, a také jak celý proces urychlit. Čas je stále cennější veličina, proto jsme zastánci rychlého, kreativního řešení. Vždy se nám to osvědčilo.“

České ekonomice může pomoci opravdu jen férové podnikatelské prostředí

Preciznost, individuální přístup a jedinečná řešení za dva roky působení na trhu značce fin4Business přinesla renomé respektovaného hráče, který neslibuje nemožné, ale má výsledky. Hovoří za to i celkový objem realizovaného úvěrového financování, který se vyšplhal ke dvoumiliardové hranici. Značka fin4Business dopomohla například k tomu, aby řada lidí našla důstojné bydlení. Nejprve tomu tak bylo v Praze, ale postupně rozšířila financování na celou Českou republiku. Ráda by se zaměřila na financování při rozvoji značek, například zprostředkováním úvěrů na zakoupení výrobního vybavení, výstavbu nových provozů, skladů apod.

„Česká ekonomika potřebuje pomoci. A to lze udělat skutečně jen tak, že bude maximálně podporováno smysluplné podnikání, takové, které může uspět doma i za hranicemi. Nemyslím si, že jakkoli atraktivní pobídky ze strany státu mohou skutečně něco změnit. Potřeba je spíš prostředí, které bude otevřené pro férovost a podporu dobrých, promyšlených nápadů. Když pak takový nápad uspěje a daří se mu i díky naší práci, máme z toho velkou radost. Naši motivací je dodávat českému businessu sebevědomí, a to přichází, když se sny a plány plní. Pro ekonomiku země je to jednoznačný přínos,” uzavřel Pavel Ráliš. Společnost fin4Business se specializuje na úvěrování právnických osob, nabízí konzultační a zprostředkovatelské služby v oblastech developerského, investičního a provozního financování. Úzký tým finančních odborníků tak přispívá k růstu českých podnikatelských aktivit a těší jej, pokud firmy prosperují. (tz)



Koleno ve špitále

K doktorům chodím jen v nezbytných případech. Většinou na ně mám smůlu, jen nevím proč. Onehdy jsem zavítala na proslulé pracoviště, abych získala názor na to, co s kolenem. Kulhám, a kdysi mi diagnostikovali artrózu 3. stupně. Na vozíku skončit nechci. Lékařka, kam mne recepce objednala, se divila, co tam pohledávám. Vysvětlila jsem několikrát. Doporučila mi: jedte do lázní. Poprosila jsem alespoň o rentgen. Za týden jsem měla zavolat, co se tam objevilo. Na jaké číslo, to jsem se nakonec dopátrala, i když si mne dvě telefonní linky přehazovaly tam a zpět: výsledky nesdělujeme. Dobrá, ne každá komunikace dospěje k cíli. Kontrolu mám v říjnu. Slibuju, že se v tomhle špitále už neukážu.

Eva Brixí, šéfredaktorka

čtete s námi

Léto na Valašsku: pečení frgálů, sebekoučink, divadlo

Jako na konci světa, právě tak si budete připadat ve Velkých Karlovicích, v kouzelné valašské vesnici na hranicích se Slovenskem.

Kopce poseté ovečkami a roubenkami, mezi nimiž procházíte k rozhlednám, ale také luxusní wellness svět ukrytý v Resortu Valachy, a spousta hezkých akcí. Co byste řekli na to naučit se péct pravé valašské frgály nebo pizzu, dopřát si sebekoučink s mistrem ve svém oboru Marianem Jelínkem, ochutnat triatlon s Petrem Vabrouškem či si dopřát Týden kultury s českými herci? Resort Valachy je jedním z mála míst na Valašsku, kde vyrábějí pravé valašské frgály. Rádi se tu podělí o zkušenosti z tohoto procesu pekařky v hotelu Galik. Přijďte a zkuste si to. Čím se nejlepší liší od průměrných? Co rozhoduje o dosažení špičkových výkonů? Naučte se skvěle koučovat sami sebe a dostaňte se tam, kde toužíte být. Špička v oboru osobnostního rozvoje, Marian Jelínek, vás ve dnech 10.–13. 7. ve Velkých Karlovicích provede metodami sebekoučinku, které se u něj učí vrcholoví sportovci i manažeři. Devět divadelních představení během sedmi dnů v netradičním prostředí cirkusového šapitó uprostřed Beskyd. Takový bude 6. ročník festivalu Týden kultury na Valašsku ve dnech 18. až 24. 8. ve Velkých Karlovicích. Zahájí ho Divadlo Bez zábradlí, které přiveze komedii Blbec k večeri v čele s Václavem Vydrou, Josefem Cardou a Rudolfem Hrušínským. (tz)

partneři www.freshtime.cz



www.uzeninybeta.cz



www.aquapalacehotel.cz

Prosperita Fresh Time

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 11, červenec 2022

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

Placené textové materiály jsou označené grafickým symbolem

www.freshtime.cz

Internetový marketing: Media Know, www.mediaknow.net

Vedle dukátů se na Aukru v květnu dražily i motoveteráni, staré hračky či vinyl kapely Tři sestry

Žebříček největšího tuzemského aukčního portálu Aukro vedou tradičně prodeje svatováclavských dukátů, v květnu si však přišli na chuť i sběratelé jiných oborů. Za částky nad 200 000 korun se prodaly předválečné motocykly Jawa 175 Speciál nebo ČZ 175. Za 35 200 Kč našla nového majitele hračka v podobě starého dřevěného autobusu. Prodávaly se však i ojeté vozy, například Škoda Superb 2.0 TDI za rovných 530 000 korun.

V květnových prodejích patřily první dvě místa předmětům z oblasti numizmatiky. Za 1 360 000 Kč našla nového majitele luxusní sada svatováclavských dukátů. U sběratelské sady takové hodnoty byly samozřejmostí náležitosti typu certifikátů, číslování původní etue či semišových dešek. Na druhém místě žebříčku skončila novorazba nejvzácnější mince československé numizmatiky – svatováclavský 5dukát 1937. K výrobě této novorazby bylo použito původní mincovní nářadí a matrice, které jsou uloženy v depozitáři mincovny v Kremnici. Třetí místo dokazuje, že kategorie Auto-moto je s více než 160 000 aktuálními aukcemi nyní dokonce třetí největší co do počtu položek (Sběratelství je první s 620 000 produkty, druhé pak Knihy, časopisy – přes 267 000 nabídek) a přeskočila i kategorii Starožitnosti a umění. „Prodeje nových, zánovních i ojetých vozů na Aukru dlouhodobě rostou. Je to i díky situaci na trhu, kdy je velká poptávka po ojetinách, a aukce tak dává pro obě strany obchodu velký smysl. Navíc jsme spustili projekt Aukro ověřené vozy, který zajišťuje důkladné prověření automobilu, zákazník má jistotu bezpečné koupě,“ řekl Pavel Krejčíř, odborník na starožitnosti a sběratelství ve společnosti Aukro.

Na své si v květnu přišli motocykloví fajnšmekři. V Top 10 se umístily hned dva prodeje veteránů v parádním stavu. Za 245 000 Kč se prodala Jawa Speciál vyrobená v roce 1936, včetně motoru a převodovky. Jiný majitel pak nabídl s těžkým srdcem do aukce předválečnou ČZ 175 z roku 1937. Aukce, která začala od 1 Kč se vyšplhala na 230 000 Kč.

V kolekci aukcí – formátu, který Aukro spustilo letos na jaře, se prodala velmi vzácná rakouská zlatá 20koruna z roku 1900. „Mince je jednou z pouhých 26 537 kusů. Aktuální numizmatickou kolekci jsme připravili ve spolupráci s našimi ověřenými prodejci a na prodanou dvacetikorunu navazují další hodnotné sběratelské předměty,“ dodal Pavel Krejčíř.

V květnu se na Aukro prodalo i nové trojalbum Tři sestry Vinyl Tour Live z limitované edice 1099 kusů. Nový majitel za něj byl ochoten zaplatit 44 644 Kč. V neposlední řadě se prodávaly také staré hračky, ale třeba i sběratelské pohlednice. Na pohlednici Přerov – Budoucnost prodanou za 9201 Kč navazují aukce dalších pohlednic z oblasti Jeseníka, Slezska či Severní Moravy. (tz)



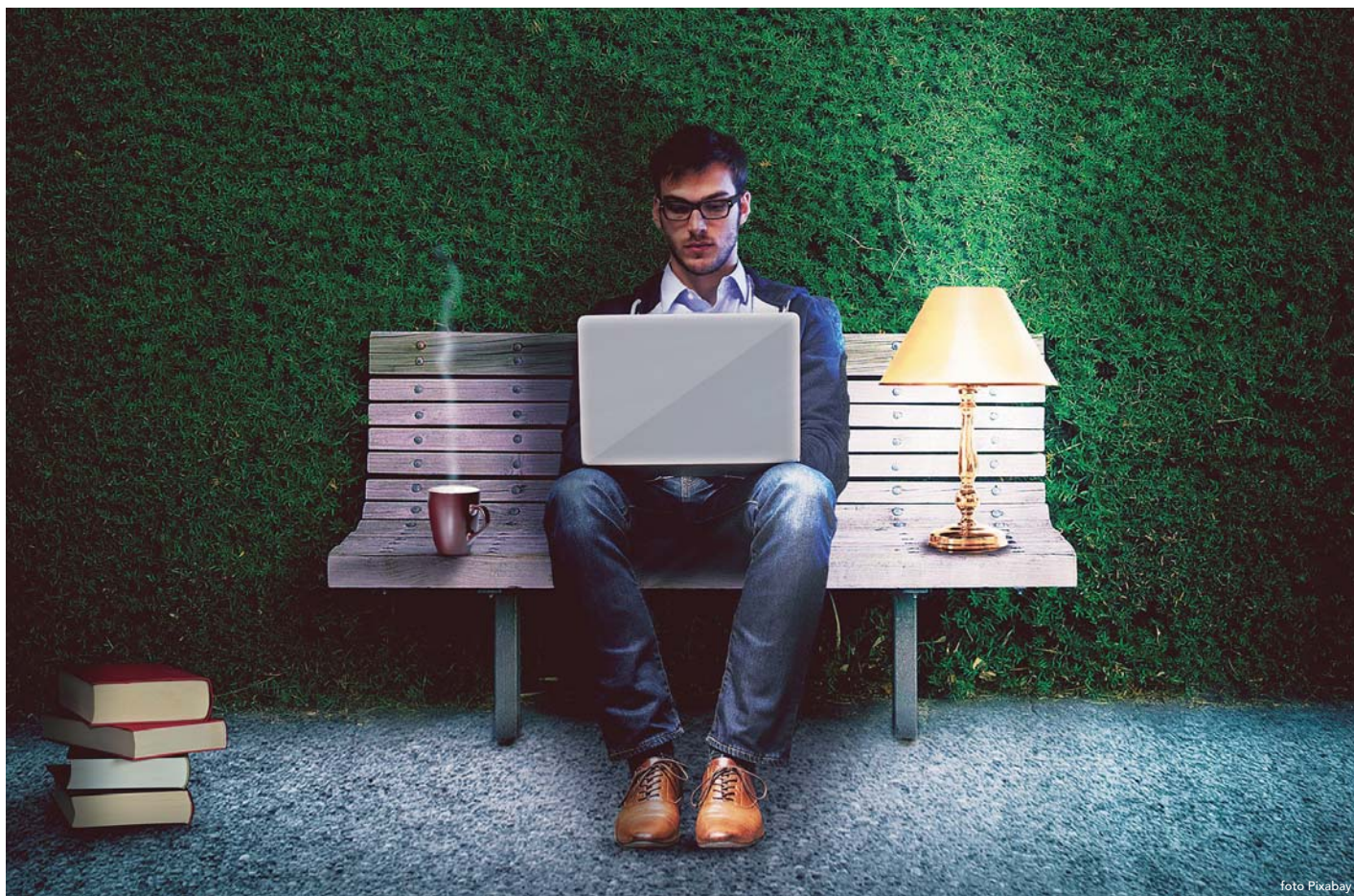


foto Pixabay

Typický ajťák je čtyřicetiletý společenský introvert

Navzdory obvyklým představám nejsou dnešní IT specialisté geekové, jak je známe z televizních seriálů. Ukázal to online průzkum společnosti Integra EMEA, která oslovila 2703 vývojářů. „Co ze zavedených klíšé platí, je skutečnost, že v oboru převažují muži,“ řekl Svatopluk Sýkora, business development manager společnosti. Jen 4 % z respondentů byly ženy.

Průměrný věk programátorů je 38 let, přičemž i medián odpovídá této hodnotě. Ačkoli 53 % respondentů se označilo za introverty a jen 31 % za extroverty (zbývajících 16 % se neumělo zařadit), devět z deseti vyhledává společnost: 59 % „sem tam někde zajde“, 19 % chodí rádo do společnosti a 9 % má okolo sebe spoustu přátel a často vyhledávají společ-

nost. Samotu upřednostňuje 9 % ajťáků a 3,4 % preferují online svět. Efektivitu a schopnost přemýšlet o práci nejvíc podporuje ticho a mentální klid, tvrdí 11 % dotázaných. Pro desetinu jich je důležitý spánek, 8 % dává přednost procházkám a odpovědku, 6 % pomáhá nakopnout sport. Tři čtvrtiny účastníků průzkumu se věnují koníčkům, pokud nepracují. Druhou nejčastější aktivitou je péče o rodinu (69 %) následovaná sportem (65 %). Každý druhý se vzdělává ve svém oboru (57 %) a dalších 15 % se věnuje nějakému jinému studiu. Na 47 % dotázaných cestuje a 8 % se jich věnuje dobrovolnictví. Mezi sporty vede turistika (46 %), jízda na kole (42 %) a plavání (18 %). Vedle sportu jsou nejsilnějším koníčkem filmy (52 %), knížky (41 %) a hudba společně s video gamingem (obě aktivity uvedlo 39 % respondentů). 29 % ajťáků vaří a 15 % se věnuje meditacím nebo jiné duchovní činnosti. I mezi ajťáky platí, že nejvíc z nich utratí za výdaje na domácnost (63 %). Na druhou stranu každý druhý šetří a investuje (52 %). Za

koníčky nejvíc utratí 49 % respondentů, 27 % dá největší částku za restaurace a bary a 24 % za zábavu. Automobily jsou největší položkou pro 16 % dotázaných, 7 % jich nejvíc utratí za oblečení.

Na bydlení a nákup potravin nejčastěji padne až čtvrtina příjmu (uvádí 43 % respondentů). Výdaje od pěti do 10 % uvedlo 5,2 % dotázaných, do 15 % výdajů 11 % respondentů a útratu v rozmezí 50–75 % uvádí 6 % účastníků průzkumu, přičemž 1 % dokonce utratí víc. „Seniorní vývojář bere v rozmezí od 120 000 do 160 000 korun,“ informoval Svatopluk Sýkora. Ačkoli jde o nadstandardně placené odborníky, 67 % z nich si myslí, že současná inflace by měla být automatickým důvodem pro zvýšení jejich odměny.

„Stala se mi komická historka, kdy mi volal do auta spolupracovník, že chce zvýšit odměnu, ale když jsem se ho zeptal, kolik bere teď, nedokázal si vzpomenout,“ dal k dobrému Svatopluk Sýkora. „Většina spolupracovníků ale chápe, že roztočení inflace by nakonec ublížilo i jim, a jsou ve svých požadavcích zdrženliví,“ uzavřel. (tz)

Nový Peugeot 308 SW je stylový kombík

Dráždivým designem zaujme milovníky značky nový Peugeot 308 SW na první pohled. Nejlepší známka pro úspěch na trhu. Ten byl představen českým zákazníkům před začátkem léta jako nezaměnitelný a originální pro ty, kteří potřebují prostorné a víceúčelové auto do rodiny, do práce, pro jízdu za koníčky nebo třeba ke klientům.

Peugeot 308 SW je automobil s výrazným vzhledem, elegantním profilem a propracovanou zádi. Je úsporný a supermoderní, aniž by slevil ze zásadních principů a očekávání zákazníků v segmentu kompaktních kombi.

Upoutá na první pohled těmito přednostmi:

- velký prostor pro cestující díky délce 464 cm a rozvoru 273 cm;
- úspornost s optimalizovanou aerodynamikou s Cx 0,277 a SCx 0,618, což přináší snížení emisí CO₂ a spotřeby paliva;
- nespočet úložných prostor, jejichž hlavním cílem je pohodlí a praktičnost;
- velká středová konzola je ergonomická a nabízí prostor pro předměty každodenního života;
- modularita při běžném každodenním používání díky lavici, kterou lze rozdělit na tři části (40/20/40) a lze ji sklápat ze zavazadlového prostoru;
- zavazadlový prostor s dvoupolohovou podlahou a elektricky ovládaným víkem pro bezkontaktní otevírání;
- objem zavazadelníku od 608 až po 1634 l (při plně sklopené zadní lavici).

Špičkový a technologicky vyspělý nový Peugeot 308 SW je stejně jako hatchback 308 vybaven uspořádáním interiéru Peugeot i-Cockpit. Jde o zcela nový zážitek přinášející lepší ergonomii, větší potěšení z jízdy, lepší kvalitu a konektivitu:



- nový kompaktní volant se zabudovanými ovládacími prvky a možností vyhřívání;
- digitální 3D přístrojový panel umístěný ve výši očí a digitální desetipalcový displej;
- inovativní desetipalcový středový dotykový displej s vysokým rozlišením a novým systémem Peugeot i-Connect Advanced, což je intuitivní online systém infotainmentu, který je identický s prostředím chytrého telefonu;
- ovladače i-toggles, které nahrazují klasický panel klimatizace; každý přepínač lze plně nakonfigurovat a představuje přímý přístup k určité funkci na centrální obrazovce;
- konektivita se čtyřmi zásuvkami USB C, bezdrátová funkce zrcadlení a možnost připojit přes Bluetooth dva telefony současně.

Nabídka palubních technologií doplňují ve voze nový Peugeot 308 SW asistenční systémy řízení poslední generace na nejvyšší úrovni know-how značky.

Další krok směrem k poloautonomnímu řízení představuje balíček Drive Assist 2.0. Tvoří jej adaptivní tempomat s funkcí Stop and Go a systém udržování vozu v jízdním pruhu, k nimž přidává tři nové funkce dostupné na komunikacích se středním dělicím pásem:

- **poloautomatická změna jízdního pruhu:** vůz řidiči nabídne předjetí automobilu vepředu a poté možnost opětovného zařazení do původního jízdního pruhu, to vše při rychlosti od 70 do 180 km/hod;
- **včasně doporučení rychlosti:** systém nabídne řidiči, aby přizpůsobil rychlost vozu (zrychlení nebo zpomalení) podle značek omezujících rychlost;

- **přizpůsobení rychlosti v zatáčkách:** optimalizuje rychlost vozu podle sklonu zatáčky, až do rychlosti 180 km/hod.

Nový Peugeot 308 SW nabízí několik typů pohonů. Plug-in hybridní verze poskytují výběr mezi dvěma variantami: Hybrid 225 e-EAT8 a Hybrid 180 e-EAT8. Dále jsou k dispozici benzínová (PureTech 130 S&S MAN6/EAT8) a dieselová verze (BlueHdi 130 S&S EAT8). Patří do segmentu C kombi, v němž Peugeot již mnoho let slaví úspěchy. Jde o vůz, který ztělesňuje heslo „Styl ve službách funkčnosti“. Byl navržen tak, aby z objektu, jehož posláním je převoz nákladu, prostor na palubě a praktičnost, vytvořil navýsost příjemné prostředí. Model se tak stává jedním z nových měřítek segmentu.

Nové logo Peugeot je umístěno na masce chladiče vozu 308 SW a zcela jí dominuje. Zvýrazňuje ho i mřížka, která se k němu postupně sbíhá. Radar sloužící asistenčním systémům je ukrytý za logem, přičemž se registrační značka přesunula do spodní části. U radaru byla aplikována technologie krytu radarové antény využívající indium. Přední světlomety používají již od základní úrovně výbavy technologii LED. Mají propracovaný štíhlý tvar a přispívají k dynamice a výraznému charakteru vozu. Navazují na ně světla pro denní svícení ve tvaru tesáků směřujících k přednímu nárazníku. Tento světelný podpis dokonale zapadá do současného stylu automobilů Peugeot.

Nový Peugeot 308 SW bude k dispozici v sedmi odstínech: modrá Avatar, červená Elixir, bílá Perle Nacrée, bílá Banquise, šedá Artense, šedá Platinum a černá Perla Nera. (tz)