

Madam[®] BUSINESS

PROSPERITA

říjen 2019

Co chci

Eva Brixí

Svět se točí obráceně
Svědomí je navždy v ceně
V technohrátkách utápíme fantazii
Schází prostor
Kde to žiji
Zdravý rozum v černé díře
Chybí trochu lidské víře
Člověk hledá nekonečno
Přitom
Stačilo by říci
Ahoj slečno
Úsměv pustit na procházku
A nepřijít o zakázku
Já nechci rychlý internet
Já nesmím všechno vědět hned
Já potřebuji prožívat své lásky
Smutky
Konat občas dobré skutky
Já chci si s tebou vyprávět
A potichu objevovat svět

Radka Čapková

Můj učitel byl obchod
rozhovor na stranách 10–12

Sberbank a Český svaz ochránců přírody zachraňují staré odrůdy ovocných stromů

 **SBERBANK**


Nadační fond Sberbank zahájil spolupráci s Českým svazem ochránců přírody na záchranu starých odrůd ovocných stromů. Zástupci nadačního fondu předali ČSOP na podporu tohoto programu šek ve výši 300 000 korun. „Staré ovocné stromy ve volné přírodě a s nimi i mnohé tradiční ovocné odrůdy pomalu mizí z naší krajiny. Přitom dříve pěstované odrůdy mají řadu vlastností, které u těch tzv. moderních odrůd nenajdeme. To bylo důvodem, proč se banka prostřednictvím svého nadačního fondu rozhodla program podpořit,” vysvětlil Jan Hainz, člen správní rady Nadačního fondu Sberbank. „Až 80 % nově vysazených stromů bez následné správné péče uhynie, navrhli jsme proto zakládat nové veřejné sady

ovocných stromů v lokalitách, kde má naše banka pobočky a firemní centra. O nově vysazené stromy se pak budou starat i zaměstnanci Sberbank v rámci dobrovolnických aktivit,” doplnil. Banka chce k zájmu o nové sady ovocných stromů a jejich následnou údržbu motivovat i své klienty. Ovoce z těchto sadů bude k dispozici široké veřejnosti. (tz)



Ráda se věnuji věcem, které dávají smysl

Diskuze o rovných příležitostech pro ženy a muže je poslední dobou velkým tématem nejen v České republice, ale v celé Evropě. A čím dál více zaměstnavatelů řeší pracovní prostředí, rovné postavení na pracovišti a zároveň se snaží zajistit odpovídající platové podmínky a inovační postupy v době digitalizace. Ne jinak je tomu na Ministerstvu průmyslu a obchodu. Státní tajemnice JUDr. Martina Děvěrová, MPA, tvrdí, že záležitosti týkající se rovných příležitostí tu jsou samozřejmostí, na kterou ministerstvo hodně sází. Navíc je pro ni tato problematika velmi zajímavá a její řešení může přinést překvapující výsledky, které se promítnou jak do výkonnosti, tak do spokojenějšího osobního života zaměstnanců:



JUDr. Martina Děvěrová, MPA

Na ministerstvu pokračuje projekt, který se týká genderových otázek. Převzala jste jeho vedení po svém předchůdci. Nač se zaměřuje?

Projekt k zajištění rovných příležitostí žen a mužů na MPO běží již třetím rokem. V jeho rámci se snažíme o systémové zavedení vládní strategie, její osvětu mezi zaměstnanci. Konkrétně to pro nás znamená tvorbu analýz, odborných studií a vzdělávání našich zaměstnanců v této oblasti. Třešničkou na dortu je pak nacházet inovativní řešení v péči o všechny naše zaměstnance, neboť u nás pracují mimo jiné lidé s rozličným hendikepem či odlišností, a my jim musíme vytvářet stejné podmínky pro práci. Samozřejmě velkým tématem jsou rodiče vracující se z rodičovské dovolené (máme i tatínky) zpět do zaměstnání nebo naši zaměstnanci, kteří se musejí starat o své rodiče, potřeby tzv. sendvičové generace se v naší společnosti stále více projevují.

Dá se stručně charakterizovat cíl?

Umožnit zaměstnancům kvalitní pracovní a rodinný život. Ač se to zdá velmi jednoduché téma, ve skutečnosti není. V práci na vás působí mnoho faktorů, jak pracovních, tak i osobních povinností. A nemusí vždy jít jen o to, kam umístíte dítě, zda ho stihnete odvézt na kroužek, ale třeba i jen to, zda vám nezavrou poštu či úřad, kde si musíte nutně vyřídit své záležitosti. Naším cílem je nastavit taková opatření, která nás posunou o krok vpřed v naplňování práce a vytvoření rovných podmínek.

Vysvětlit srozumitelně filozofii genderových záležitostí bývá někdy složitější, lidé je chápou jako feministické snahy žen, které nemají harmonický život a které nenašly přiměřenou seberealizaci a společností se cítí nedocenené. Jak to vlastně tedy je?

Já říkám, že kdo nezkusil skloubit pracovní život s výchovou dětí, zaopatřením svých blízkých, genderovou problematiku těžko pocho-

Také jsem se setkala s názorem, že žena patří za plotnu a k dětem. Ale o tom filozofie genderových záležitostí není. I máma dvou malých dětí může být úspěšná ve své práci, jen proto musíme umět vytvořit podmínky.

pí. Také jsem se setkala s názorem, že žena patří za plotnu a k dětem. Ale o tom filozofie genderových záležitostí není. I máma dvou malých dětí může být úspěšná ve své práci, jen proto musíme umět vytvořit podmínky. U nás na ministerstvu funguje několik let velmi úspěšně dětská skupina, kde se dětem věnuje odborný personál. Jezdí s nimi na výlety, navštěvují muzea, divadla. Do budoucna můžeme uvažovat o příměstských táborech např. se zaměřením k našemu odvětví. Umožňujeme individuální rozvržení pracovní doby, práci z jiného místa (home office). Snažíme se s lidmi komunikovat a méně nařizovat.

Je to téma, které i vás osobně zajímá. Proč zrovna toto?

Ráda se věnuji věcem, které dávají smysl a jsou prospěšné i ostatním. Již ve svém minulém působišti jsem si ověřila, že péče o zaměstnance přináší výhody pro obě strany. Stačilo pár drobností (obnovení vánočního setkání všech zaměstnanců nebo ocenění společensky odpovědných činů zaměstnanců) a lidé si začali uvědomovat, že je zaměstnavatel nevnímá jen jako pracovní prostředek, ale i jako lidské bytosti. Posílil se tím pocit sounáležitosti, z kvalitnila a urychlila se komunikace uvnitř úřadu a u některých zaměstnanců se objevil pocit hrdosti na svého zaměstnavatele. Tohle všeho se následně projevilo i navenek, ve vztahu k občanům a organizacím.

Co by měl projekt na ministerstvu zaměstnancům v nejbližší době přinést?

V tuto chvíli připravujeme analýzu k médiím a genderu, pojetí sexizmu v reklamě. Toto možná pro někoho úsměvné téma má mnohem hlubší základ. Aniž bychom si to uvědomovali, tak se s tímto jevem denně setkáváme, včetně našich dětí, které jsou tím ovlivňovány. A my máme určité nástroje pro regulaci. Dále připravujeme genderový audit, workshopy a semináře pro zaměstnance. V příštím roce dojde k rozšíření digitalizace ve veřejné správě, tak se budeme snažit myslet na naše zaměstnance i v tomto ohledu. No a na začátek roku chystáme diskuzní fórum v oblasti rovných podmínek mezi soukromou a veřejnou správou za účasti mediálně známých lidí... ale více už neprozradím. Nechme čtenářům také něco na přišť.

Reakce na tento projekt jsou pozitivní, zaměstnanci agendu rovnosti žen a mužů vnímají kladně. Potvrdilo se nám to na semináři, který jsme uspořádali v červnu, sklídl obrovský úspěch. Zaměstnanci se nám ozývali s názory i žádostmi o radu ještě několik týdnů poté.

Reagují na vaše snahy lépe ženy, nebo muži? Koho ze zaměstnanců problematika více zajímá?

Všechny. Reakce na tento projekt jsou pozitivní, zaměstnanci agendu rovnosti žen a mužů



vnímají kladně. Potvrdilo se nám to na semináři, který jsme uspořádali v červnu, sklídl obrovský úspěch. Zaměstnanci se nám ozývali s názory i žádostmi o radu ještě několik týdnů

poté. A to nás těší, protože potom to, co děláme, dává smysl.

Přiblížila byste aktivity, které se v nedávné době uskutečnily?

Konal se již zmíněný seminář za účasti poslankyně a ředitele odboru z Úřadu vlády. Provedli jsme dotazníkové šetření pro

všechny zaměstnance, včetně těch z našich tzv. podřízených organizací. To je pro vaši představu přes 2000 lidí. Zapracovali jsme v grafickém pojetí genderové problematiky na ministerstvu a na webových stránkách ministerstva vznikla přímo knihovna Rovnost žen a mužů, kde zpřístupňujeme výstupy, pozván-

ky a základní informace, i když v tomto ohledu máme ještě co zlepšovat.

A v čem vidíte zejména přínos?

V komunikaci. Lidé se ptají, zajímá je dění kolem nich, co se pro ně připravuje, a jsou ochotni nám pomáhat. Otevřeně řečeno, setkáváme se však také i s negativním názorem, o to více cítíme, že musíme komunikovat a vysvětlovat.

Do konce roku zbývají tři měsíce, co v této době zamýšlíte udělat?

Většinu věcí jsem již prozradila. Momentálně nás čeká spíše přípravné období a poté snad budeme sklízet plody... a budeme mít i nějaké to vánoční překvapení. Chceme-li být konkurenceschopným a atraktivním zaměstnavatelem, musíme o své zaměstnance pečovat nejen po stránce pracovní, ale vytvářet jim též podmínky, aby měli čas na svůj osobní a rodinný život. A to si plně uvědomujeme.

otázky připravila Eva Brixová



Proč vyhlížím revizora

Do tramvaje nastoupil revizor a kontroloval jízdní doklady. Vytáhla jsem kartu z kabelky, abych měla rituál nutnosti za sebou, ale revizor mne minul. Chvilí jsem čekala, jestli se nevrátí poté, co s chutí vyhmátnul neplatičku, a byla jsem ochotna se legitimovat. Ale zase si mne nevšímá. Pomalu mi to docházelo: už nejsem nejmladší a dnes vypadám strašně. Pro revizora jsi senior. Cítla jsem se ublížená pravdou života. A to musím napravit. Dnes už nespolehám na to, že „nikoho nepotkám“, dokonaleji reprezentuji své já a vyhlížím revizora s nadějí, že po mně bude požadovat zelený plast s nápisem litačka zcela nekompromisně. Jsem přece ještě kočka.

Eva Brixí, šéfredaktorka



Tip Grady

Barvy, trendy, interiéry
Inspirativní průvodce při výběru barev do vašeho domova

Iva Bastlová



Zkušená designérka vám poradí, jak barvy v interiéru používat, jak je sladit i kombinovat s různými materiály. Budete se moci inspirovat na řadě fotografií a doporučených barevných paletách. Autorka vám představí jednotlivé odstíny a barevné kombinace. Seznámíte se také s interiérovými trendy a trendovými barvami.

partneři www.madambusiness.cz

hlavní partneři:



partneři:



Prosperita Madam Business

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 13, říjen 2019
Vydává RIX, s. r. o., Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9

Šéfredaktorka:

PhDr. Eva Brixí-Šímková, e-mail: brixii@iprosperita.cz, mobil: 602 618 008

Šéfredaktor www.madambusiness.cz:

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

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.madambusiness.cz

Internetový marketing: Media Know, www.mediaknow.net

Z www.madambusiness.cz doporučujeme sledovat kosmetickou poradnu GERnétic nazvanou Průvodce zdravým půvabem.

Nenechte si ujít novinky na blogu intuitivediary.com naší redaktorky Kateřiny Šímkové.

Premýšlíte nad změnou vizuální identity nebo marketingové strategie? S Martinem Šímkem a mediaknow.net najdete správný směr.



Čemu byste se letos chtěla naučit?

Martina Ferencová
Český svaz pivovarů a sladoven
výkonná ředitelka

Patřím mezi ten typ lidí, kteří potřebují nové výzvy ve všem, co v životě dělají.

Ráda bych se zdokonalila v chemii a ve fyzice, abych pomohla své dceři ve škole. Sportovně se chci zlepšit v běhání kopců a zaběhnout si svůj první horský závod. Být fit ale není jen o sportu, takže bych se ráda naučila lépe jíst, tedy pravidelně, vyvážené a s využitím kvalitních českých potravin. Pracovně chci být blíže členům našeho pivovarského svazu, navštívit je napříč republikou a co nejlépe porozumět jejich problémům a potřebám.



Jak vnímáte genderové otázky? Má smysl se jimi zabývat?

Martin Ludvík
Ovocnářská unie ČR
předseda

Genderové otázky patří k vývoji společnosti a dnešní postmoderní době. Určitě má smysl se většinou z nich zabývat. Avšak všeho s mírou. Například co se týče zavádění kvót na zastoupení žen ve veřejné správě či ve vedení firem, jsem spíš proti. Přílišná regulace je podle mě nejen v mém oboru, ale i v genderové otázce proti přírodě a nepřináší kýžený efekt. Myslím si, že ženám profesně nepomůže ani tak umělé navyšování „čísel“ jako více respektu k jejich mateřské roli a umožnění zkrácených úvazků či možnosti home office, aby mohly skloubit svůj pracovní a soukromý život a měly víc prostoru pro svůj rozvoj i po profesní stránce. Stejně tak je důležitý respekt k ženě v rámci rodiny a společnosti obecně, tím to vlastně celé začíná. Sečteno a podtrženo, genderovými otázkami má cenu se zabývat, ale jejich řešení by mělo být rozumné, přirozené a mělo by kopírovat skutečné potřeby a přání žen.



Informace do kabelky

Mazaná Ajala

Ajalu můžete mlsat po čtverečkách (čokoládové tabulky), po šálku (horká čokoláda Elixír) a nově také po lžičkách. Novinkou této české čokoládové manufaktury je totiž Mazaná Ajala, lískooříškový krém prvotřídní kvality. Jak píší její tvůrci: Mazaná



Ajala rozvibruje vaše chuťové ladičky do astrálních frekvencí. Mazaná Ajala nemá vlastně nic společného s její populární konkurencí. Místo palmového tuku obsahuje hromadu lískových oříšků (skoro dvě třetiny obsahu), místo kaka a spoustu drcených kakaových bobů, vylepšená je troškou kokosu a sladí se třtinovým cukrem. Díky tomuto složení je Mazaná Ajala především a hlavně strašně dobrá. U ní nemusíme připomínat, že je to lískooříškový krém, protože lískové oříšky, které Ajala dováží z Itálie z oblasti Piemont, její chuti dominují. Dokreslují ji šetrně pražené šťavnaté kakaové boby z Dominikánské republiky. Tahle kombinace už potřebuje jen trošku třtinového cukru, který uhladí a spojí všechny chutě dohromady, a přitom žádnou nepřebíjí. (tz)



Czech Specials

Váš gastronomický rádce při cestách po Česku

- Czech Specials je certifikační značkou potvrzující, že právě v takto označeném podniku Vám připraví tradiční české pokrmy v odpovídající kvalitě.
- Czech Specials je spolehlivým průvodcem po našich dobrých restauracích.

Ochutnejte Česko!

www.czechspecials.cz

Jsme lázně rodinného typu

Zapomenout na všechny úkoly, jež se na člověka valí, na nevyřízené mailly a nepříjemné hovory a odkládané obchodní schůzky. Oprostit se od povinnosti doma uklidit, vyžehlit, kontrolovat úkoly. Zbavit se nutnosti cokoli řídit, organizovat, zvládat vše, co den přináší. A jen tak si lenošit, ať již při lázeňských procedurách, nebo na procházkách parkem, posezením na lavičce s knížkou v ruce. Nevyslovená přání většiny podnikatelek i manažerek. Stále více jich však dochází k závěru, že se svět opravdu nezboří, když na pár dní změni působiště a kancelář i domov vymění třeba za lázně. V těch lednických se o ně postarají s nebývalou vlídností. O tom jsem hovořila s ředitelkou Lázní Lednice, s.r.o. Ing. Petrou Kalců.

Jste s výsledky v roce 2019 spokojeni? Po-dařilo se vše, co jste chtěli udělat?

Letošek je velice náročný, stejně jako tomu bylo v předchozích letech a bude tomu nejinak i v těch následujících. Každý rok je specifický a my musíme vždy flexibilně reagovat na poptávku. Nicméně jsme moc rádi, že plány se nám postupně daří plnit a věříme, že zvládneme i závěr letošního roku úspěšně.

Kdo nejvíce využívá vašich služeb? A kdo by měl do lednických lázní ještě jezdit?

Jedí k nám klientela jak na základě rozhodnutí zdravotních pojišťoven, tak také z řad samoplátců. Jde o klienty, kteří vyhledávají klid a léčbu zaměřenou na pohybový aparát, neurologická onemocnění a také gynekologické obtíže, což je předurčeno naším přírodním léčivým zdrojem, kterým je jodobromová minerální voda. Ta je díky svému složení opravdu jedinečná a je přirovnávána k vodě z Mrtvého moře.

Jeví zájem o wellness pobyty také mladší generace? Jinými slovy – učí se do lázní jezdit také ona?

Ano, je to sice velice pozvolný trend, ale postupně se k nám učí jezdit i mladší klienti, hledající aktivní odpočinek spojený s preventivní péčí o své zdraví. Klidné prostředí našich lázní, luxusní procedury a nádherné okolí protkávané cyklostezkami a historickými památkami jsou právě pro tento typ lidí ideální.

Pro kategorii žen podnikatelek a manažerek jste vyhlášeným místem, kde si skutečně odpočinou. Čemu to přičítáte?

Jsme malé lázně, řekla bych až rodinného typu, a svým hostům se snažíme poskytnout individuální přístup. Navíc díky ideální poloze v malebném Lednicko-valtickém areálu zde mohou právě lidé z businessu načerpat spoustu pozitivní energie.

Co chystáte na podzimní měsíce?

Podzim se u nás nese v duchu vína. V září se uskutečnilo Lázeňské vinobraní a chybět nebudou ani tradiční oslavy svatomartinského vína. Pro klienty máme připravený speciální pobyt s názvem Svatomartinské hody, který kromě příjemných procedur zahrnuje i tříhodovou speciální večeři spojenou s řízenou degustací vína a cimbálovou muzikou.

Kdy je nejlepší rezervovat si pobyt?

Doporučujeme to udělat vždy alespoň jeden až dva měsíce předem. Záleží na tom, zda hos-



Ing. Petra Kalců



té chtějí navštívit naše lázně ve víkendových termínech, nebo preferují pracovní dny. Na sezonní měsíce je optimální zajistit si termín až tři měsíce předem.

Lidé si přejí být zdraví bez jakéhokoli přičinění. Cestu do lázní berou jako znak toho, že jejich kondice není už to, co bývala. Kdy si však jedna moudrá šéfkyně marketingu řekla, že popravdě by dnes lékař na každém z nás „něco“ našel a lázně by s klidným svědomím předepsal. Dala byste jí za pravdu?

Ano, a v dnešní uspěchané době to platí obzvláště.

Budete mít otevřeno i přes vánoční svátky a na Silvestra?

Každoročně nabízíme povánoční pobyt, který začíná 27. prosince. Na něj následně navazuje silvestrovský pobyt od 30. prosince do 2. ledna. Máme již spoustu klientů, kteří si tento čas u nás zamilovali a jezdí k nám opakovaně.

Součástí obou pobytů je vždy bohatý kulturní program a nechybí ani návštěva vinného sklepa, kde je přichystána řízená degustace vína s občerstvením a cimbálovkou.

Jak se chystáte na rok 2020?

V současné době připravujeme nové možnosti pobytů a přichystali jsme si i novinku v podobě dvou procedur. Jde o procedury z léčivého konopí. Tou první je léčebná koupel a tou druhou úžasná masáž

nohou, která uleví bolavým kloubům a svalům. Jejich společná kombinace je balzámem nejen pro tělo, ale i pro duši, protože konopí zklidní naši mysl a zregeneruje naše klouby a svaly.

A co byste si přála v souvislosti s rozvojem lázní, investicemi do příštích let?

Byla bych moc ráda, pokud by se podařilo rozšířit lázeňskou zónu o další budovu a my mohli dopřát možnost léčby i prevence zdraví více zájemcům. Poptávka je stále velká a my bychom si ji přáli uspokojit v co nejvyšší možné míře. Je to sice běh na dlouhou trať, ale já věřím, že nám to vyjde a Lázně Lednice se stanou stejně věhlasné jako třeba Luhačovice či Karlovy Vary.

Máte pobídku pro ty, kteří v lázních ještě nikdy nebyli?

Máme zde nabídku lázní na zkoušku. Klienti, kteří ještě nikdy lázně nenavštívili, u nás mo-

hou zažít naše jednodenní pobyty Minilázeňské opojení či Pohádkovou romantiku ve dvou. Součástí je vždy ubytování, stravování a samozřejmě i procedury. Všichni hosté mají také přístup do rehabilitačního bazénu zdarma. Díky těmto krátkým ukázkám mohou zájemci po-

znat, zda jim je naše péče příjemná a zda si příště dopřejí pobyt delší.

otázky připravila Eva Brixl



Likvidací skončí ročně tisíce firem, dalším se to nedaří i desetiletí

Své podnikání v České republice končí každoročně likvidací tisíce firem. Od roku 2010 do letošního června jich bylo už 53 503, rekord drží rok 2018 s 10 198 zlikvidovanými podnikatelskými subjekty. Některé likvidace se ale ani po letech nedaří ukončit podle požadavků zákona. Vyplyvá to z údajů poradenské společnosti Bisnode.



Zrušení společnosti likvidací je jedním z povinných a zákonných způsobů ukončení podnikatelských aktivit, jejím výsledkem je vymazání firmy z obchodního rejstříku. „Aktuálně je v ČR v procesu likvidace 40 583 firem, z toho 28 804 (71 %), které do něj vstoupily v období let 2010–2019,“ řekla analytička Bisnode Petra Štěpánová s tím, že likvidace firmy je ve srovnání s jejím založením náročný, drahý a zdoluhavý proces.

„Průměrná délka likvidace firmy mezi lety 2010 až 2019 přesáhla 33 měsíců. Některé likvidace se táhnou už od 90. let minulého století, v našich databázích dokonce evidujeme devět dosud neukončených likvidací společností, které do tohoto procesu vstoupily v roce 1991,“ uvedla dále Petra Štěpánová. „Odborné firmě zabere i jednoduchá likvidace bezproblémové společnosti zpravidla šest až devět měsíců, u složitějších případů ale nejsou výjimkou i celé roky,“ poznamenal Michael

Dobrovolný, manažer společnosti Smart Office & Companies ze skupiny APOGEO, která se likvidacemi firem zabývá. „Řádná likvidace je totiž dosti složitá, dlouhá a velmi náročná na profesní odbornost, přitom by stačilo se legislativně inspirovat v zahraničí,“ doplnil.

I proto je dnes podle jeho odhadu český obchodní rejstřík zaneřáděn nejméně 80 000 až 110 000 nečinných, nekontaktních či jednoduše nepotřebných entit. To potvrzují i data Bisnode. „Podle interní metodiky Bisnode je v České republice zhruba 103 000 spících firem, což je pětina z celkového počtu všech registrovaných společností,“ komentovala Petra Štěpánová a pokračovala: „Vedle zapleveleného obchodního rejstříku spícími firmami je dalším nešvarem tuzemského podnikatelského prostředí vyhýbání se plnění informační povinnosti. Za posledních pět let finanční výkazy do sbírky listin ani jednou neuložilo zhruba 150 000 firem, tedy téměř třetina všech firem v České republice.“

„Vlastnění či působení v takovéto spící společnosti je rizikem jak pro společníky, tak statutární orgány, ale i jejich dědice. Ať už z toho důvodu, že se mohou stát terčem útoku nekalého živlu, který jejich jménem ‚podniká‘ a např. odebírá zboží, nebo proto, že se o tyto firmy, v této souvislosti poněkud paradoxně, zajímají také finanční úřady a rejstříkové soudy, které je z rozličných důvodů mohou pokutovat, nebo je i takzvané poslat do likvidace, pokud v tomto procesu už nejsou, a to se všemi důsledky,“ varoval Tomáš Pacovský, partner APOGEO Group.

„Likvidátorem či opatrovníkem firmy pak bývá soudem ustanoven často společník či jednatel, a to je velmi nepříjemné, mimo jiné proto, že se této funkce a odpovědnosti nezbaví. I takzvané spící firma totiž musí plnit své povinnosti vůči finančnímu, živnostenskému i statistickému úřadu, rejstříkům a evidencím a řadě dalších institucí,“ upozornil Michael Dobrovolný.

Ne každou společnost je také možné zlikvidovat. Týká se to zejména zadlužených nebo jinak problémových firem. Pak je třeba využít specializovaných služeb. „Například jednatel, který zjistí, že společnost je předlužená a nepodá insolvenční návrh, odpovídá za porušení zákonné povinnosti,“ vysvětlil Tomáš Pacovský. (tz)

rok vstupu do likvidace	průměrná doba trvání likvidace v měsících	počet firem
2010	28,21	3756
2011	33,08	3981
2012	36,68	3904
2013	34,94	3582
2014	34,77	3897
2015	40,52	4830
2016	37,23	6038
2017	30,32	8791
2018	28,78	10 198
2019*	29,56	4526

*data k červnu 2019

zdroj: Bisnode

O betonových rámečcích pro vypínače a zásuvky

Také je vám dobře v místnostech, které se vyznačují originalitou, svérázným pojetím, osobitostí střihu? Módní a oblíbené jsou interiéry kaváren, firemních hal, obýváků či pracoven, jejichž stěny se vracejí do dávno minulých dob oprýskaných omítek, nevyštukovaných nerovností, surových cihel, rozmanitých nedokonalostí. Snídáte s chutí ve společnosti nádobí, jemuž chybí ouško, trocha glazury nebo špička nože? Místo plastových táček používáte zbylé dlaždice ze stavby své kuchyně? Ano, má to své kouzlo. Stejně jako nábytek z bedýnek, kterými se dřív topilo, nebo z palet, určených na převoz nejrůznějšího zboží. Inu, člověk si vymyslí, jak to udělat, aby mu bylo útulno, dobře, aby vyrovnal tlaky doby a nadbytek technologií, příkazů a informací, které den co den musí brát v potaz. Vítá pak i rozličné doplňky, jež dokážou jeho obydlí nebo pracoviště či místo k odpočinku povznést do kategorie tvořivosti až umění v případě silně designérsky utvářené reality.

Právě k tomu má velmi blízko výrobní družstvo OBZOR ze Zlína. To je ryze českou společností, mezi jejíž hlavní výrobní produkci patří vačkové spínače a domovní vypínače a zásuvky s top řadami RETRO a DECENTE. Kromě domovní elektroinstalace společnost vyrábí a distribuuje drobné elektromechanické výrobky, díly pro automobilový průmysl a kovové díly. Dále se zabývá vstřikováním plastů a jinými kooperačními pracemi. Družstvo v poslední době zabodovalo využitím betonu v interiérech. Jak, na to jsem se zeptala Lenky Vodicové, vedoucí marketingu tohoto zlínského výrobce:

Industriální beton naplno proniká do moderních interiérů a výjimkou nejsou ani vypínače a zásuvky. Tento materiál, který nás provází doslova na každém kroku, je známý svojí svéráznou porézní strukturou. Jaké přednosti tedy betonový rámeček domovní elektroinstalace nabízí?

Na prvním místě bych určitě jmenovala přítomnost polyvinylalkoholových vláken ve výrobní směsi, která zaručují jeho celkovou pevnost. Stabilita betonu se odráží i v síle samotných rámečků – u řady DECENTE jde o tloušťku 7 mm, zatímco u kolekce RETRO



jde o masivnějších 13,5 mm. Materiál je voděodolný a UV stabilní, čímž zaručuje prakticky neměnnost vzhledu rámečku. Pro beton charakteristické póry jsou na povrchu rámečku samozřejmě přiznány a činí z něho originální řešení dekorací s industriálním nádechem.

Připravit správnou betonovou směs vhodnou pro rámečky vypínače a zásuvky jistě nebylo jednoduché. Jak se to podařilo u vás ve Zlíně?

Cesta to byla opravdu komplikovaná. Beton sám o sobě představuje velmi individuální materiál a zpracovat jej do stabilní formy pro tak malou plochu, jakou je rámeček domovní elektroinstalace, nebylo vůbec jednoduché. Dlouhý čas trvalo pouhé mísení exaktního poměru přísad pro samotnou betonovou směs odpovídající požadavkům. Musela se vytvořit

taková, aby se proporce betonových rámečků po vymodelování a následném dostatečném vysušení ve vnitřních rozměrech nezměnily o více než 0,3 mm. Z těchto důvodů muselo během dvou let vzniknout mnoho prototypů, než se docílilo finálního vzhledu a podoby tohoto progresivního materiálu.

Odkud pochází inspirace pro produkci takových rámečků?

Prvotní impulz vzešel od Ing. arch. Tomáše Velinského, který má ve svém portfoliu spoustu betonových doplňků. Iniciativu poté uchoopil OBZOR do vlastních rukou a nápad rozvinul do dnešní podoby betonových rámečků v hranatých liniích řady DECENTE a kulatých proporcích kolekce RETRO. Výrobou těchto rámečků k elektroinstalaci OBZOR zareagoval na požadavky mnohých architektů i designérů po materiálově atraktivnějších a individuálnějších doplňcích pro interiéry.

OBZOR byl založen na základech zapojení zdravotně znevýhodněných osob do výroby, drží se tohoto poslání družstvo dodnes?

Ano, je tomu tak i nyní. Zakladatelem družstva byl Svaz invalidů, odtud tedy pramenilo jeho poslání – zabezpečovat pracovní příležitosti pro občany se změněnou pracovní schopností. Tuto vizi podporujeme i v současné době. V současnosti družstvo zaměstnává na 260 pracovníků, z nichž více než 60 % tvoří lidé se změněnou pracovní schopností, jejichž ruční práce je vysoce oceňována.

za rozhovor poděkovala Eva Brixí
www.obzor.cz



Lenka Vodicová

Můj učitel byl obchod

Před osmi lety jí začala chybět ženská energie, protože její pracovní pozice byly pouze v průmyslových odvětvích, které byly a jsou převážně doménou mužů. A tak vstoupila do Klubu manažerek, který založila a dodnes vede PhDr. Lenka Tomešová. Od té doby se účastní spousty akcí, které klub pořádá, získala řadu kamarádek, nový pohled na mnoho manažerských otázek, ale také inspiraci jak pro pracovní, tak osobní život. Jak stihne všechno to, co dělá a co ji baví, to vážně nevím. Protože: Ing. Radka Čápková, obchodní ředitelka firmy JANKA Radotín, a.s., musí zvládnout náročnou manažerskou pozici, ale i svoji vlastní vzdělávací agenturu. Také golf nebo sledování módních trendů a šití či navrhování osobitých modelů. A k tomu ještě fotografuje. A ráda vaří. A miluje divadlo. A samozřejmě svou rodinu. Přesto všechno jí nečiní potíží sejít se v podvečer u kávy a popovídat. O práci, vášních, názorech...



Ing. Radka Čápková

Jaká byla vaše dosavadní profesní dráha?

Chtěla jsem být učitelkou, mými oblíbenými předměty byla matematika a fyzika, ale nakonec jsem vystudovala strojní fakultu ČVUT. Už na gymnáziu jsem totiž přemýšlela, co může dělat učitelka, když se stane mezi žáky či studenty neoblíbenou. Takže volba vysoké školy bylo praktické řešení, učit odborné předměty a jako alternativu mít možnost uplatnění v technických pozicích či v businessu. Po vysoké škole jsem pracovala nejdříve jako technik, ale už po mateřské dovolené jsem v 90. letech minulého století nastoupila do pracovní pozice, která byla spojena s obchodováním, po krátké době se k tomuto směru přidaly zároveň pozice manažerské. Byla to velká výzva,

velká neznámá spojená s řadou očekávání. Potkala jsem mnoho skvělých lidí, od kterých jsem získala cenné rady a zkušenosti, jak odborné, tak manažerské, a právě ty používám a předávám nejen svým kolegům dodnes. Vyžila jsem jich i při zakládání vlastní firmy Vzdělávací agentura ERUDITO, která je zaměřena na vzdělávání obchodníků a manažerů. Tím se mi po mnoha letech splnil i dávný sen, tedy učít.

Ale vystudovala jste obor technologické zařízení budov, tedy větrání, chlazení, topení, zvlhčování vzduchu...

Ano, to je můj obor, který jsem vlastně nikdy neopustila. Toto zaměření byla skvělá volba.

Nejen proto, že se vyvíjí a objevují se nové zajímavé trendy. Stále mě baví, je to obor velmi praktický a dobře uplatnitelný nejen ve strojním, ale hlavně i ve stavebním průmyslu. Já jsem po ukončení fakulty nastoupila do jednoho významného ateliéru, kde jsem projektovala vzduchotechniku. Ve 30 letech jsem se stala jednatelkou pobočky zahraničního výrobce vzduchotechnických jednotek. Tato firma byla českým a slovenským obchodním zastoupením, vybudovali jsme s tamním týmem velmi úspěšnou společnost. Již tenkrát jsem opakovaně dostala nabídku působit v JANCE Radotín, kde jsem později pracovala a strávila jsem tam rovnou desítku let jako obchodní ředitelka.

Nyní v téže firmě působíte na té samé pozici. Co se událo mezi tím?

V době, kdy jsem začala pracovat v JANCE, jsem měla na starost jen prodej vzduchotechnických jednotek, postupně i dalších výrobků, později i marketing. Bylo to velmi příjemné, ale i náročné pracovní období, budovali jsme nové vazby mezi prodejem jednotlivých obchodních oddělení, vymýšleli jsme nové obchodní strategie, budovali firemní kulturu, hledali jsme neúčinnější formu propagace firmy i jednotlivých výrobků, řešili jsme priority trhů, nejlepší přístup k zákazníkům i zaměstnancům. Měla jsem velký prostor realizovat svoje nápady a fantazii pustit na plný plyn! Tehdy podnik patřil americké společnosti. Toto období skončilo prodejem JANKY jinému vlastníkovu a posléze nové vedení usoudilo, že obchodní ředitelku nepotřebuje, tak jsem firmu opustila.

Nyní jste zpět, asi je to magické pouto...

Je to patrně souhra náhod a událostí, i když se říká, že náhody neexistují. Můj návrat do JANKY je opět spojen s novým vlastníkem. V roce 2018, po ne příliš ekonomicky úspěšných letech, byla JANKA na prodej a novými vlastníky se stali čtyři nadšení podnikatelé z Čech. Po relativně krátkém vyjednávání a sladění představ obou stran jsme se na mém druhém vstupu do této společnosti dohodli. Za tři roky JANKA oslaví 150 let existence, a já bych byla ráda u obnovení ekonomicky silné a prosperující společnosti, nejen protože jsem poznala určitou část a etapy jejího vývoje, ale strávila jsem tady mnoho úspěšných let. Vazba s JANKOU mě provází dlouhodobě, její kdysi založená pobočka v Milevsku se původně jmenovala též JANKA, nyní ZVVZ – Závodny na výrobu vzduchotechnických zařízení, kde jsem později také pracovala a byly to roky, během nichž jsem získala jiný pracovní pohled na business a zároveň mnoho nových



Ing. Radka Čapková (vlevo) prezentovala svůj manažersko-podnikatelský příběh na jednom z Inspiromatů, které pořádá PhDr. Lenka Tomešová

zkušeností. Tato pracovní pozice mi umožnila podílet se na báječných projektech, jako byla obnova bloků tepelných elektráren v severních Čechách, vzduchotechnika dopravních tunelů, včetně tunelu Blanka, aerodynamické tunely, pro které jsme vyráběli obří ventilátory. Pro představu ventilátory v těchto tunelech mohou mít průměr až 6 metrů a lopatka velikost dveří. Tehdy o mně kolegové říkali, že jsem svým nadšením schopna prodávat ventilátory i na vánočním večírku! Prostě obchod těchto technologií mne nesmírně naplňoval. Byly potřeba znalosti, odvaha, sebevědomí, píle a chuť dělat smysluplné věci.

Musela jste vždy dobře hospodařit s časem? Nebo jste to příliš neřešila?

Bez plánování a řízení času by to opravdu nebylo možné. Můj muž byl též pracovně velmi

vytížen, ale byl mojí úžasnou podporou. Dvě děti, domácnost, pracovní povinnosti a chuť se prosadit by bez dobré organizace, tolerance a vycházení si vsťic dohromady vůbec nešlo. Měli jsme báječná období, občas jsme pracovali i ve stejném oboru, v některých časech jsme dostávali pozvánky na stejné zákaznické akce a mohli jsme strávit čas společně, přestože to byly naše pracovní povinnosti. Ale byly doby i smutnější. Po mém odchodu z Milevska jsem hledala nový impuls a v pokročilejším věku přemýšlela, co dál... Založila jsem svoji vlastní firmu, již zmíněnou vzdělávací agenturu. Postavila jsem ji na svých manažerských a obchodních zkušenostech, na zdravém úsudku, pozorování toho, jaké chyby se při obchodování a řízení opakují, toho, co manažerům a obchodníkům stále chybí. Nestáčí být jen skvělým odborníkem, musíte se též postarat o to, aby vaše výsledky a odbornost byly

vhodně prezentovány a komunikovány, aby vám vaše okolí rozumělo, aby vaše okolí chápalo věci shodně jako vy – to byla hlavní témata, které jsem prosazovala. Můj učitel byl obchod. Trpělivě jsem vysvětlovala, že si musíme umět analyzovat své činnosti, uvědomit a zhodnotit své úspěchy i neúspěchy. To pozitivní, abychom mohli své úspěchy zopakovat, a naopak, abychom se průšvihů vyvarovali. Měli bychom být pozorní a naslouchat, abychom se učili i z chyb druhých. V každé firmě se občas něco nepovede, náprava stojí velké úsilí i peníze, ale není možné za chyby a nedostatky platit dvakrát. A činnosti nelze vykonávat automaticky.

Ostatně, asi jste mnohokrát slyšela otázku, jak být dobrým obchodníkem...

Tím se asi člověk rodí. Dobrý obchodník musí mít rád lidi, měl by být společenský, rád komunikovat, poslouchat či přesněji naslouchat, co zákazník potřebuje, vyhledávat příležitosti, intuitivně vycítit, kdy bojovat a kdy být naopak trpělivý. Musí chtít vyhrávat, a jak jsem již zmínila, musí umět analyzovat výhry i prohry. Musí být přesvědčivý a sám věřit tomu, co prodává. Mít osobitý přístup a najít cokoliv, čím se může odlišit a vyniknout. Musí být v souladu s vedením a strategií firmy. Zásad k úspěšnému obchodu je mnoho, ale hlavně musí každý, kdo se chce prosadit, mít nadšení a být zapálený pro svou práci.

Určitě jste nikdy netušila, jak vás nakonec pohltné právě obchod...

Vážně ne, jako dítě si pod profesí obchodníka neumíte vůbec nic představit. Když jsem byla malá, chtěla jsem být komínkem a nosit lidem štěstí. O tom, že budu pracovat v obchodě a řešit marketing, jsem neměla ani tušení, jsou věci, které nese sám život a plánovat je nelze. Jednou ze zajímavostí, která nám každodenně



A dva snímky přímo ze stavby





Z výstavby elektrárny v Pruněřově

připomíná úspěšnou historii a výsledek týmové práce, je původní ventilátor přívodního vzduchu Národního divadla z roku 1882, který je umístěn v recepci JANKY Radotín. Získali jsme ho vlastně velkou náhodou. Při výměně vzduchotechnických jednotek ho objevil jeden ze servisních techniků, v prvním momentě vůbec netušil, že je to zařízení skutečně původní, v době nálezů 120 let staré.

Co vás vedlo k tomu, že jste vstoupila do Klubu manažerek?

V roce 2011 jsem oslovila Lenku Tomešovou, četla jsem o jejím Klubu a jeho aktivitách. V manažerské pozici spolupracujete s kolegy, kteří mají shodné postavení, zároveň zodpovídáte za tým svých spolupracovníků, ke každému musíte mít jiný přístup a můžete s nimi mluvit o jiných věcech, volit vhodná slova a vybírat vhodné informace. Působila jsem v oboru, kde jsem se převážně potkávala s muži. Zřejmě jsem intuitivně hledala jiné prostředí a chyběla mi ženská energie, potřebovala jsem sdílet ženský element. Být více mezi ženami.

Přesto, že máte tolik různorodých zájmů a času ne nazbyt?

Ano, i přesto. Ne že bych neměla co dělat, v tom to nebylo. Potřebovala jsem být jednou z těch, které si na společném setkání mají co říci. S ženou komunikujete jinak než s mužem. Každá z nás má jiné radosti, trápení, problémy, ale všechny členky klubu se pohybovaly či dodnes pracují v řídicích pozicích a můžeme mluvit zcela otevřeně. Nemusíme se obávat, že jakákoli informace bude zneužita či využita ve

váš neprospěch, pracujeme a setkáváme se s podobnými situacemi a vzájemně jsme si užitečné. Máme se s kým poradit, pro sdílení radosti či starosti nacházíme snáze řešení.

Protiváhu k mužskému světu jste našla, takže jste se nedávno mohla do JANKY zase vrátit. Je to osud?

Zda je to osud, nevím. JANKA Radotín je dnes v českých rukou, vlastní ji čtyři fyzické osoby. S novými vlastníky jsem našla společnou vizi, tak proč nepokračovat v kdysi nastoupené cestě? Proč nezkusit tuto značku s dlouhou historií, vynikajícími výrobky a službami vrátit tam, kde si zaslouží být. Proč dle slov jednoho z vlastníků nevrátit lesk a slávu staré JANKY? Na spoustu dobrého se dalo navázat, řadu věcí, které fungovaly, chceme obnovit, vytvořit novou moderní a prosperující společnost. Je to více než rok od mého návratu, téměř rok, kdy jsem zde opět v pozici obchodní ředitelky. Nejsem klasický zaměstnanec, ale mám roli poradce ve své vlastní firmě. Nastavili jsme nový funkční model spolupráce, jde jen o jinou formu, než je v Čechách obvyklé. Povinnosti i odpovědnosti jsou ale shodné.

Nač se těšíte?

Až budeme slavit těch 150 let založení JANKY! Přeji si, abychom byli na trhu více viditelní, aby se o nás častěji mluvilo. Chceme bojovat o velké významné projekty, ale podílet se i na rekonstrukcích budov, do kterých jsme své výrobky kdysi dodávali a které fungují řadu let. Tato zařízení se musí zmodernizovat,

vyměnit za provozně ekonomičtější a účinnější. Rozhodně chceme rozvíjet a posilovat své postavení v oboru energetiky. Uvědomuji si, že osobně mohu ovlivnit řadu projektů, to, zda zakázku vyhrájeme, nebo ne. Budujeme nový obchodní tým, narážíme na nedostatek pracovníků, jako všichni, a nejen v našem oboru. Hledáme týmové hráče, nastavujeme pravidla interní spolupráce. Těší mě každý krok, který nás posouvá vpřed, ale čeká nás toho ještě mnoho.

Máte zkušenosti z podnikání i manažerské práce. Co je těžší? Být manažerkou, nebo podnikat?

Jedno pravidlo je podstatné a velmi důležité: jako manažer musíte být v souladu s vlastníkem, s tím, kam strategicky firma směřuje. Podnikání si řídíte sama a jste sama zodpovědná za úspěchy i prohry. Manažer má příležitost pracovat s cizími, svěřenými prostředky, ale podnikatel jen se svými vlastními. Zároveň musí být manažer za tyto prostředky odpovědný a měl by se k nim chovat jako ke svým vlastním. To bohužel není vždy pravidlem, někteří manažeři tuto zásadu nectí a ani ji necítí jako zásadní a ke svým vlastním prostředkům mají odlišný přístup než ke svěřeným. Pokud chci být úspěšný manažer, musím se k cizím zdrojům stavět, jako by byly moje vlastní.

Je těžké zhodnotit či posoudit, které postavení je těžší. Výsledek a úspěch manažera či podnikatele je však vždy závislý na individuálním přístupu a odpovědnosti každého člověka.

za rozhovor poděkovala Eva Brixí ■■■



ensana

Mariánské Lázně
Health Spa Hotels

Opravdové lázně v lázních

ensanahotels.com

Ensana - Europe's leading spa operator

Před 30 lety nabídla Sazka první stírací los

Asi byste nevěřili tvrzení, že se téměř polovina dospělé populace u nás baví stíracími losy. Jde o adrenalin, který patří jak k samotářům, tak kolektivnímu přátelskému posezení kolegů či známých u kávy. První stírací los se přitom u nás objevil před 30 lety a odstartoval éru zcela nové zábavy trvající dodnes. Sazka od roku 1989 prodala 750 milionů kusů stíracích losů a na výhrách vyplatila 11 miliard korun. Alespoň jeden los ročně si v České republice setře každý druhý dospělý. Jaký vztah k tomuto fenoménu má Eva Nováková, brand manažerka losů společnosti Sazka, napoví následující řádky:

Historie je na fakta spojená s losy poměrně bohatá. O čem vypovídá?

Podařilo se nám to docela pěkně zmapovat. Na podzim roku 1989 se v tehdejší Československu jako první objevil stírací los Spartakiádní hra. Stal se okamžitě hitem, emise deseti milionů kusů se vyprodala za pouhé čtyři měsíce. Doposud historic-

ky nejúspěšnějším losem byla Tutovka, které se za pouhých pět let prodalo 230 milionů kusů a na výhrách byla vyplacena více než jedna miliarda korun. Od roku 1989 už se v nabídce vystřídalo přes 200 různých emisí stíracích losů.

Tolik naši veřejnost tento druh potěšení zaujal?

Nechce se tomu věřit, ale stírací losy se staly velkolepou záležitostí. Má je rád snad každý. Trh stíracích losů v České republice roste ročně dvojciferným tempem. Tuto zábavu si alespoň jednou za rok vyzkouší 4,5 milionu lidí, což je téměř polovina dospělých. Největší zájem o tyto losy registrujeme před Vánocemi.

Znamená to, že si dáváme losy hojně jako dárky?

Ano, přeci jen se z malého dárku může stát ten největší. Když tam není výhra, alespoň se to zkusilo a byla u toho legrace a příležitost ke snění. Jako dárek se losy dávají na Valentýna, k narozeninám a při mnoha jiných příležitostech, v posledních letech například i jako součást svatebního daru. V období Vánoc je to pak jeden z oblíbených dárků, nebo spíš doplněk k dárku. Na Vánoce ale máme kromě dárkových losů nachystanou třeba i emisi Zlatá šupina, kterou lze vložit pod talíř při štedrovecerní večeři. Vycházíme z tradice, že šupina pod talířem zajistí dostatek peněz v příštím roce.

Co ale vede Čechy k takovému zájmu?

V průměru si dospělý Čech koupí ročně šest losů za 400 korun. Za rostoucí popularitou stíracích losů stojí pestrost nabídky i to, že okamžitě zjistíte výhru. Navíc máte své štěstí takzvaně v ruce, vybíráte si konkrétní los. Také si zvolíte, kdy a kde ho setřete, jestli sami, nebo se s někým o ten adrenalin podělit. Postupné odhalování, zda člověk vyhraje, nebo ne, má své nezaměnitelné kouzlo.



Eva Nováková

Jaké losy milují ženy?

Z řady výzkumů se nám potvrdilo, že si lidé vybírají losy, které jsou jim tematicky blízké. Ženy rády kupují emise s nádechem magie, osudovosti a luxusu, třeba Horoskopy nebo Černé perly. Muži pak vybírají stírací losy například s motivem peněz nebo mají v oblibě ty s pravidelnou výplatou výhry na několik let dopředu, na myslí mám oblíbeného Rentiéra.

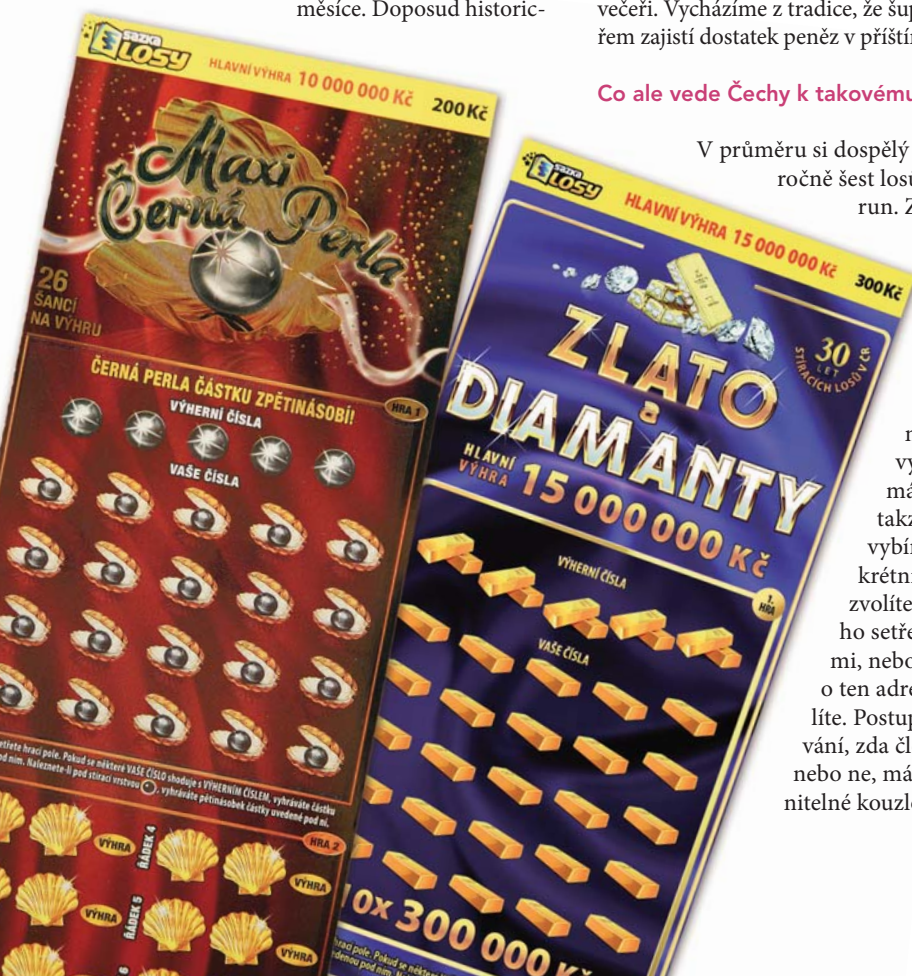
Vy sama si občas také koupíte los? Nebo si pořizujete ze zvědavosti každou novinku a doufáte stejně jako ostatní nadšenci? Nač myslíte, když odhalujete jeho tajemství?

Já jsem si los občas koupila už před svým nástupem do Sazky. Posledních pět let je kupuji spíše často než občas. Zkouším všechny novinky, nejčastěji se ale vracím k Černým perlám. Když víte, kolik je výher v jednotlivých emisích, a že ta šance na ně není zanedbatelná, usilujete mnohem víc. Je to jen o štěstí. A já se přitom vždy zasním, když myslím na to, jak bych použila hlavní výhru. Radost mám ale i z té, která mi zaplatí kafe nebo mi dopřeje další los.

Myslíte, že se může darovaným losem smazat i případný manželský spor a utišit bolístka?

Losy za vás nic nevyřeší, ale jako drobnost pro radost nebo spolu s omluvou zafungovat určitě mohou.

ptala se Eva Brixí ■■■



Kávová mapa Česka

Průměrná cena za šálek espressa v českých restauracích a kavárnách je 41 korun. O sedm korun víc zaplatíme v Praze, naopak v Plzni stačí hostům 32 korun. Při objednání cappuccina musíme sáhnout ještě pro další desetikorunu. Kávu si nejčastěji objednáváme mezi 12. a 14. hodinou, její spotřeba stoupá s letními měsíci. Uvádí to společnost Storyous, která zpracovala údaje z více než 2600 tuzemských podniků.

„Podle našich dat je nejdražší šálek espressa v Praze, v průměru přijde na 48 korun. Následuje Zlínský a Liberecký kraj. Jen ve čtyřech krajích je přitom cena nižší než 40 korun. Nejlevnější espresso je překvapivě v Plzeňském kraji, kde zákazník zaplatí jen 32 korun,“ řekl Igor Třeslín, ředitel Storyous, který restauracím nabízí pokladniční a naskladňovací systémy. Firma v současnosti zpracovává 10 % obratu v českém gastru. Zajímavá je také skutečnost, že spotřeba kávy roste s venkovními teplotami. V lednu a v únoru byl počet objednávek výrazně nižší než během letošního mimořádně teplého června.

Cena cappuccina nekopíruje výšku platů
Oblíbeným českým kávovým nápojem je i cappuccino. Jeho cenová mapa se však liší jak od espressa, tak i od průměrné výše výdělku v jednotlivých krajích. „Na prvním místě sice

se 63 korunami zůstává Praha, avšak hned za ní následuje Karlovarský kraj, navzdory tomu, že jsou zde dlouhodobě nejnižší průměrné mzdy v Česku,“ uvedl Igor Třeslín. V žádném jiném kraji už cena za šálek cappuccina 60 korun nepřekročí. Naopak hned v osmi krajích stačí zákazníkům při objednávce padesátikoruna. Nejlevnější cappuccino pořídíme v Moravskoslezském kraji, cena se pohybuje okolo 45 korun.

Brno má kofeinovou špičku o dvě hodiny později než Praha

Kávu si obvykle spojujeme se startem dne – avšak nejvíce se jí prodá v době oběda a odpoledne. Zatímco v Brně je o espresso největší zájem mezi 14. a 16. hodinou, v Praze špička přichází o dvě hodiny dříve. Pokud se zaměříme na průměrný počet šálků, který se v jednom podniku prodá za hodinu, pak Brno předstihne Prahu jen okolo čtvrté odpoledne, jinak je pražská spotřeba vyšší. „První kávu si lidé dávají hned ráno, a to mezi osmou a desátou hodinou. Další dva vrcholy jsou pak kávy k obědu a následně odpolední povzbuzení. Po třetí hodině už počet prodaných espress klesá,“ informovala Maja Vavřáčková, která provozuje pražské Bistro Monk. Storyous také určil počet prodaných šálků kávy, které si hosté během jedné hodiny objednají

v jednom podniku. Zatímco v Praze se jich za 60 minut prodá v průměru 28, v Brně je to o dva kusy méně.

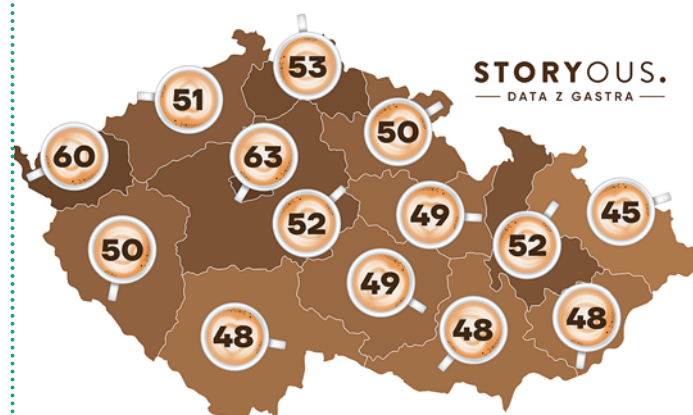
O Storyous:

Společnost Storyous vytváří komplexní restaurační systém. Cílí především na zjednodušení každodenních úkonů spojených s gastronomickým provozem a automatizaci procesů prostřednictvím propojení s dodavateli či účetními a hotelovými systémy. Majitelé restaurací mají odkudkoliv přehled o dění v podniku, o stavu skladu nebo například o příjmech a výdajích. Kromě České republiky působí také v Polsku a Španělsku. Cílem společnosti je stát se vedoucím hráčem v oblasti poskytování pokladničních systémů pro gastronomii na evropské úrovni. (tz)

foto Pixabay

PRŮMĚRNÉ CENY CAPPUCCINA V ČR

STORYOUS.
— DATA Z GASTRA —



PRŮMĚRNÉ CENY ESPRESSA V ČR

STORYOUS.
— DATA Z GASTRA —



Luxusní raut může být větším zdravotním rizikem než guláš ze zaplivané putyky

Kvalita potravin se stala horkým politickým tématem. Každý z nás si klade otázku, jak se stravovat zdravě a chutně. Odpověď bývá těžší, pokud chodíme na obědy do restaurací, zařízení rychlého občerstvení a pak na něco sladkého do kavárny nebo cukrárny. Co v tom můžeme očekávat za „pasti“, jimž bychom se měli vyhnout? Napoví nám rozhovor s Hanou Brožkovou, potravinovou auditorkou z inspekční a certifikační společnosti Bureau Veritas:

Jaká je úroveň českých hospod, bufetů, cukráren a dalších zařízení veřejného stravování očima odborníka?

Platí zásada, že vše je o lidech. Máme místa, která na první pohled splňují velmi vysoké hygienické standardy a na druhé straně místa, kde o hygieně ani neslyšeli. Nicméně si troufám říct, že ve srovnání se světem jsme na tom velmi dobře.

Kde vidíte Achillovu patu, když mluvíme o hygieně potravin a prodeje?

Nejčastější prohřešky nacházíme při skladování v chladu. Provozy veřejného stravování obvykle bojují s místem. V praxi to znamená, že mají v dost velké míře i nedostatečný počet chladicích zařízení. Ta, co mají, jsou přeplněná, čímž dochází ke špatnému proudění vzduchu, a hlavně k porušování skladovacího řetězce. Při dlouhodobém skladování potravin ve špatné teplotě se stává, že potraviny nejsou zdravotně nezávadné.



Hana Brožková

Může se problém rozdělit i regionálně, druhem zařízení, cenovou skupinou nebo podle jiných kritérií?

Regionálně? Možná, máme místa v republice, kde se odehrává tak zvaná vyšší gastronomie, ale těch tu budeme mít tak do pěti. Jde o města se silným turistickým ruchem, kde jsou hosté ochotni více utracet. Bohužel se nedá úplně jednoznačně říct, že čím vyšší cenová kategorie, tím bezpečnější stravování. Tato místa obvykle pracují s exotičtějšími surovinami, které se mohou chovat jinak než suroviny standardní. Můžu jako příklad uvést třeba máslovou rybu, která vyvolává průjem při větším zkonsumovaném množství. Je začátek podzimu a před námi je večírková sezona, tak neopomeni zmínit riziko všech švédských stolů. Na nich se podává spousta regionálních i za-

hraničních lahůdek. Nikdo zde nesleduje, že tyto potraviny zůstávají mimo chladírenský řetězec i několik hodin. Snadno se mohou kazit, což může vést ke zdravotním problémům. Jeden z mých pedagogů říkal, že mu daleko menší starosti dělá čerstvě uvařený guláš ze zaplivané putyky na rohu než luxusní raut v pětihvězdičkové restauraci. Tenkrát jsem se výroku smála. Dnes musím uznat moudrost těchto slov.

V čem mohou pomoci moderní digitální technologie a jak?

Digitální technologie mohou přinést jednodušší viditelné přehledy o teplotách skladování, tepelného opracování a vydávání. Dále ztraktivní tuto práci lidem, kteří mají tyto záznamy provádět. Přece jen dnes nikdo nechce mít jako pracovní nástroj tužku, ale tablet, to je zdroj důležitosti a důvěry. Vedení se dostane snadno k záznamům a vidí, kde jsou problémy, co je třeba zlepšit.

Existují dobré příklady, kdy hygienické zlořády vyřešil pořádek v evidenci?

Nemusíme chodit daleko, od nepaměti víme, že prostředí kultivuje. A to platí i při vedení dokumentace. Takových případů je mnoho. Například uvádění teploty vydávaných pokrmů: restauratéri to nepřiznají, ale tato legislativa vedla k velkému zlepšení hygieny.

za rozhovor poděkoval Pavel Kačer



Dopady sucha a horka na zdraví vnímá každý třetí Čech

Počasí negativně ovlivňuje nejen přírodu, ale také lidský organizmus. Podle průzkumu Providentu pocítila důsledky loňského sucha a horka na svém zdraví třetina Čechů. Zvýšenou prašnost, která škodí například astmatikům, potvrzuje až 73 % dotázaných. Sucho potrápilo také rodinný rozpočet. Čtvrtina lidí hlásí škody v rozmezí 1000–5000 korun, další desetina dokonce více.

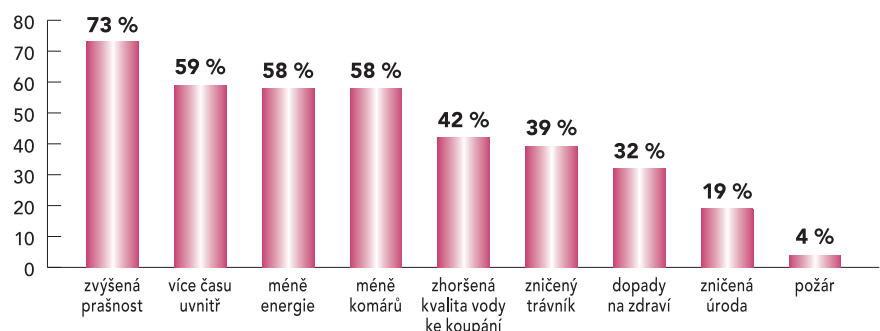
v rozmezí 1000–5000 korun. Pouze 15 % respondentů uvedlo nulové dopady na finance a třetina lidí pak dopady neumí vyčíslit, přestože je vnímá. „V létě zaznamenáváme nárůst žádostí o půjčky v souvislosti s nedostatkem srážek. Naše klienty trápí například vyšší spotřeba vody na zalévání, nedostatek krmiva pro zvířata a menší úroda. Očekáváme, že tento trend bude v budoucích letech sílit,“ uzavřel Tomáš Černý ze společnosti Provident. (tz)



foto Pixabay

Podle lékařů přispívají vedra ke zhoršení onemocnění srdce, astmatu nebo alergií. Vliv horka a sucha na zdraví zaznamenalo v průzkumu 32 % dotázaných Čechů. Hůře vnímají horko lidé žijící v bytech (38 %) než v rodinných domech (25 %). Zdravotní dopady veder trápí častěji ženy (38 %) než muže (26 %). Méně energie pak kvůli teplému počasí měla nadpoloviční většina dotázaných. Na 59 % lidí proto trávilo více času uvnitř budov. Parné léto negativně ovlivňovalo také naše pestitelské úsilí a finance. Dokonce 39 % lidí mělo podle průzkumu Providentu zničený trávník, pětina zaznamenala škody na úrodě. A 26 % tak z těchto i dalších důvodů přišlo o částku

Vliv horka a sucha



Doléhá na vás únava a stres?

Světlo ovlivňuje řadu fyziologických procesů v našem těle. Lidský organizmus však rozlišuje, zda jsme vystaveni slunečnímu svitu, nebo umělému osvětlení. Denní světlo má na naše tělo blahodárné účinky, pokud ale celé dny sedíme v místnostech pod umělým světlem žárovek nebo zářivek, odrazí se to na našem zdraví. Nejčastějšími příznaky jsou únava, bolest a pálení očí, stres a bolesti hlavy.

„Osvětlení patří mezi důležité faktory ovlivňující celkovou kondici člověka a cílem by mělo být přiblížit se co nejvíce přirozenému, dennímu světlu. Správný režim spánku bývá narušen umělým osvětlením, což se pak projevuje ospalostí během dne, poruchami soustředění a spánku, ale i psychosomatickými chorobami,“ uvedla MUDr. Michaela Vančatová. Na první pohled by se mohlo zdát, že je světlo jako světlo, opak je ale pravdou. Umělé osvětlení z běžných zářivek či žárovek neposkytuje tělu celou délku barevného spektra světla, kterou potřebuje pro správné fungování. „Denní světlo v sobě zahrnuje sedm barev, které se v průběhu dne různě mění. To umělé osvětlení nedokáže a zůstává po celý den stejné, navíc je často tvořeno pouze ze tří barev – žluté, oranžové a červené, které stimulují lidský organiz-

mus a při dlouhodobém působení mají vliv především na naši psychiku. Jsme častěji podráždění, ve stresu a pod neustálým tlakem,“ sdělil Jakub Brandalík ze společnosti Lightway. Výhodou ale není ani LED osvětlení s převahou modrého světla, které má negativní vliv především na náš zrak. Blikající žárovky, především u nekvalitního LED osvětlení, mohou velmi negativně ovlivnit naše zdraví. „Způsobují rychlou únavu a často z nich také bolí či pálí oči. LED osvětlení, zvláště je-li používáno po setmění, snižuje produkci nočního hormonu melatoninu, který má vliv mimo jiné na krevní oběh, imunitu, psychiku, či dokonce stárnutí. Právě nedostatek melatoninu je jednou z příčin nespav-



vosti,“ řekla MUDr. Michaela Vančatová. „Navíc přílišná intenzita světla na lidské tělo působí aktivačně. Pokud jsme tedy vystaveni celý den stejné světelné intenzitě, nejen od rána do odpoledne, ale také večer, nebo dokonce v noci, ovlivňuje to náš přirozený biorytmus a může způsobovat poruchy spánku.“ Přirozenou cestou, kudy přivádíme denní světlo do většiny interiérů, jsou okna. Často ale samotná okna nestačí, protože neposkytnou dostatek denního osvětlení do všech místností a jejich zákoutí. „Pokud okna k dostatečnému osvětlení v interiéru nestačí, ideální variantou je doplnit je světlovody. Jejich výhodou je, že přinášejí světlo do místnosti shora, tudíž podvědomě působí ještě přirozeněji jako zdroj denního osvětlení než okna samotná,“ vysvětlil Jakub Brandalík a dodal: „Při výběru světlovodů pak přihlídněte k množství světla, které dokážou do místnosti přivést. Rozdíly jsou v použitých materiálech. Mohu doporučit křišťálové světlovody, které jsou navrženy tak, aby světlo neztratilo své přirozené barevné složení ani intenzitu. Křišťálová střešní kopule, odrazná vrstva ze stříbra a skleněný rozptyllovač světla přivádějí do interiéru přirozené sluneční světlo. Významně tak pomáhají snížit negativní dopady pobytu člověka uvnitř budovy a přispívají k lepšímu zdraví.“ (tz)

Stále častěji obsazují technické pozice, ale...

Drahoušku, uděláš nám kafe? Na holku to není špatné. Ty máš zase své dny, že se tak mračíš? Tyto fráze slýchává od svých kolegů většina zaměstnankyň na technických pozicích. Ačkoliv v technických i vědeckých oborech pracuje čím dál více žen, 53 % z nich se setkává s narážkami, že tato „chlapská“ práce není nic pro ně.

Podle nejnovější studie společnosti Matrix Workplace se s diskriminací na pracovišti setkala 50 % žen, 44 % se jich potýkalo se sexistickými narážkami, a 20 % dokonce se sexuálním obtěžováním. Sexismus je značně rozšířeným problémem zejména v technologickém průmyslu, který je tradičně považován za doménu mužů. Na problematiku podceňování žen v tomto odvětví se zaměřila i nedávná studie společnosti CWJobs specializující se na nábor pracovníků do technických oborů. S jakými narážkami nebo sexistickým chováním se dle jejich výsledků ženy potýkají nejčastěji? Více než polovina žen v technologickém průmyslu si již za svou kariéru vyslechla komentář, že je na technickou práci příliš hezká, více než třetina od mužského kolegy slyšela dotaz „Nemluvím na tebe příliš technicky?“ a 58 % bylo dotázáno, zda nemá jejich momentální nálada něco společného s tím, že zrovna pro-

žívají „své dny“. S narážkou na to, že práce v matematických, strojírenských, vědeckých nebo technologických oborech není nic pro ženy, se poté setkala celých 53 % technických zaměstnankyň.

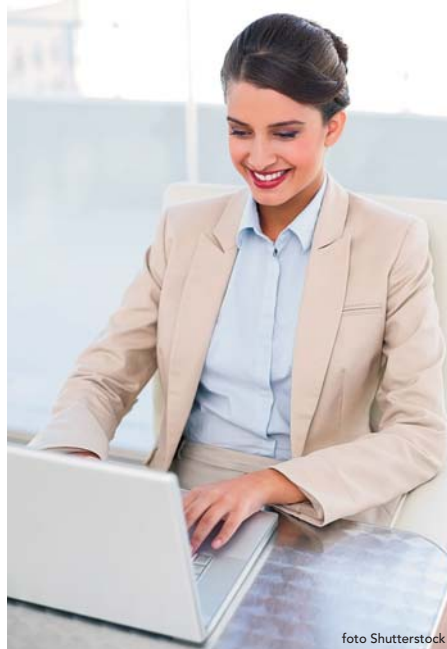


foto Shutterstock

Některé sexistické narážky mohou na první pohled vypadat nevině, přesto však stále jde o projev disrespektu, který by neměl mít v moderní společnosti místo. „Jde kupříkladu o oslovování ženy mužskými kolegy miláčku, lásko nebo drahoušku, s čímž se setkala celých 93 % žen.

Mezi další typicky sexistické fráze, s nimiž se ženy na pracovištích střetávají, patří „No tak se víc usmívej“ (83 % žen), „Uděláš nám čaj/kafe?“ (69 %) a „Na holku to není špatné“ (66 %), komentuje výsledky výzkumu personalistka Gabriela Kodénková ze společnosti Talentica.cz specializující se na nábor technicky zaměřených pracovníků.

Technické obory přitom v posledních letech zažívají vyšší příliv žen. „V roce 2017 byla mezi studenty techniky na vysokých školách téměř třetina dívek. Ženy stále více pronikají i do technicky zaměřených firem, zejména v IT oborech. Ze starších průzkumů zaměstnanosti například vyplývá, že třeba u takové společnosti Apple je ze zaměstnanců na technických pozicích pětina žen, u Googlu a Microsoftu je to asi 17 % a u Facebooku 15 %,“ uvedla Gabriela Kodénková a dodala, že pro to, aby technický průmysl oslovil více žen, je nutné bojovat právě i s projevy sexismu na pracovišti. (tz)



Fejeton

Uhranuti mládím

O dnešní době se říká, že je povrchní. Nabízí to, co se leskne, vábí, žádá o pozornost, ale nevyžaduje osobní angažovanost, vlastní názor a cit. Nerozlišuje podstatné od marginálního, vnucuje nekončící zábavu a vytváří závislosti. Nedávno jsem si připomněl, jak moc chceme mít svět podle ideálních představ. Pokud jim něco neodpovídá, nevdá. Změníme si ho, přebarvíme, vyměníme kulisy, naženeme ochotníky do Potěmkinovy vesnice. Že to bude nápadné a nepatřičně provokativní? Ale vůbec ne, všichni to rádi akceptují, nebo alespoň „mlčící většina“ to očekává a zatleská. Nakupoval jsem onedlou dopoledne v jednom tuctovém hypermarketu. Protože byl pracovní den, neviděl jsem se, že zákazníci jsou mého věku, nebo ještě starší. Důchodci vyrazili do obchodu, pro chleba, čerstvé housky a mléko, pro kus masa a pár kousků ovoce a zeleniny. Koho nevidím? Jenom postarší manželské páry, osamělé babičky, a sem tam i nějakého dědka. Kdybych se jim chtěl vyhnout, jakože nechci, vybral bych si jinou prodejní dobu, a ne všední den mezi sedmou ráno a polednem, kdy zbytek národa vytváří hrubý domácí produkt. A na tyto kupující se z plakátů usmívaly mladé rodiny s dětmi. Prý jídlo je radost, tvrdili a cenili do-

okoli svůj perfektní chrup. Z těch lidí opravdu vyzařovalo až živočišné potěšení, že mohou konzumovat skvěle vypadající potraviny. Tu mě něco úplně dostalo. Z barvotiskových plakátů na mě civí ti, pro něž se stalo jídlo radostí. Úplná galerie dokonalých obličejů, jiskrných očí, hladké pokožky! A spousta lákavých dobrůtek k tomu, na nichž si s gusem pochutnávají! Sliny se sbíhají, ale očima sklouznou na pevnou zem a musím přeastřit. Uhrančivé, živočišně chtivé mládí z reklamních banerů se „tluče“ s kulhajícími postavami, rukama plných vrásek a stařeckých skvrn, ohnutými zády a zatřpyklými výrazy – realita, jež se pomalu posunuje od jednoho regálu k druhému, aby se srovnala v řadě u pokladen. Často si všímám podobné snahy ukazovat svět „hezčí“, než ve skutečnosti je. Zeptal jsem se jednou ředitele hotelu pro cizince, proč se v hotelových prostorách na mě usmívá z reklamních poutačů jen rozjařené mládí. Zeptal jsem se, jestli o starší hotelové hosty tady nemají zájem. „To bych se ale divil, protože takový přepych, který nabízíte, si může dovolit málokterý mladík, zato dříve narozených, bohatých mužů a žen tu vidím mnoho,“ dodal jsem. Omluvil se, souhlasil se mnou a vysvětlil, že tahle „výzdoba“ přišla z londýnského ústředí a on s tím nic neudělá. Mohl bych podobnými příklady popsat celý časopis. Třeba o personální agentuře, co posílá vhodné kandidáty na neobsazené pracovní pozice do českých i nadnárodních firem. Mlá-

dež sotva odrostlou školním lavicím. Avšak v jejím prohlášení o společenské odpovědnosti čtu o rovnosti pohlaví, barvy pleti, odmítání diskriminace podle věku. Slova, slova, slova... Je mi zcela jasné, že reklama musí být přitažlivá. Rozumím tomu, že krása vábí pozornost. Vím, že s věkem některé funkce uvadají a člověk se musí smířit s tím, že ten plot už nepřeskočí a životní styl musí přizpůsobit změněným okolnostem.

Avšak odmítám pochopit, že vyšší věk postrádá atraktivitu. Zralost v šedesáti může být také sexy. Samozřejmě pokud ze sebe dotyčný nebo dotyčná nebudou dělat pubertálního díblíka. Moudrosti si cením víc než mladické nerozvážnosti a velké odvahy. Taková je krása, vycházející z nitra, jejíž hodnota s roky stoupá. Současná posedlost kultem mládí o naši kulturu prozrazuje nevyzrállost. Dnešní společnost nechce zestárnout. Věk si cení nade vše. Ze stárnutí má obavy, protože ví, že tím přichází o největší a možná jedinou přednost. Starší lidé, když tento názor přjmou, vskutku mohou vypadat uboze a cítit se zbyteční. Smrt je naproste tabu, nicota, kterou je třeba ignorovat. Každá akce však vyvolává reakci. Čím víc se snažíme být mladí, dynamičtí a moderní, tím víc se zvedá opozice. Přibývá těch, kteří svou pozornost obrátili dovnitř, k hodnotám ducha. Tam nacházejí jistotu, kterou stáří ani fyzická smrt nepohne. Přibývající roky dokážou naplnit moudrostí a vítají je s lehkým úsměvem.

Pavel Kačer

Evropské ženy se ujímají vlády nad rodinnou elektronikou

Nové průzkumy v Evropě odhalily změny trendů v tom, kdo obvykle vlastní, nakupuje a používá spotřební elektroniku a elektronické pomůcky v moderní chytré domácnosti – více než polovina žen (55 %) napříč Evropou totiž uvádí, že ve svých rodinách „přebírá velení“ nad technikou.

Průzkum společnosti D-Link, světového lídra v oblasti chytrých domácností a síťových technologií, také zjistil, že používání chytrých reproduktorů s hlasovým ovládáním, jako jsou Amazon Alexa, Google Home nebo Apple HomePod, podpořilo kladný vztah k technologickým vymoženostem u milionů lidí po celé Evropě. Asi 67 % žen i jejich rodin na celém kontinentu prý vděčí chytrým reproduktorům ovládaným hlasem za zvýšení důvěry v užitečnost nových technologií.

Společnost D-Link se dotazovala více než 8000 lidí ve Velké Británii, Francii, Itálii, Německu a Španělsku a zjistila, že více než 480 000 000 Evropanů (65 %) dnes vlastní nebo plánuje, že zakoupí do své domácnosti reproduktor s hlasovým asistentem. Z toho počtu vlastní takové zařízení nebo ho chce v blízké budoucnosti koupit více než 61 % evropských žen.

Studie společnosti D-Link také zjistila, že v průměru asi polovina žen v celé Evropě (55 %) je ve svých rodinách tou osobou, která koupí a bude tyto chytré pomůcky používat nejvíce. Mezi největší příznivce techniky patří ženy v Itálii, jelikož více než 62 % z nich uvádí, že moderní technologie nakupují a používají ze všech členů domácnosti nejvíce. Následují ženy v Německu a Španělsku (59 %), Francii (54 %) a ve Velké Británii (37 %). Spolu s ros-



toující důvěrou v technologie asi tři čtvrtiny (72 %) lidí po celé Evropě říkají, že jim chytrý reproduktor s hlasovým asistentem nějakým způsobem obohatil život – včetně 70 % žen. Celkem polovina Evropanů (50 %) vděčí chytrým reproduktorům s hlasovým asistentem za to, že jim ušetřily čas, přičemž stejně velká část (50 %) se také domnívá, že jim jejich zařízení pomohlo usnadnit každodenní úkoly. Přibližně třetina (33 %) Evropanů si rovněž pochvaluje klidnější domácí prostředí a prohlašuje, že Amazon Alexa, Google Home Assistant nebo Apple HomePod mají podíl na tom, že pro ně byly některé situace méně stresující. Při zkoumání nejběžnějších způsobů použití chytrých reproduktorů s hlasovým ovládáním se ukázalo, že většina Evropanů (71 %) využívá tato zařízení hlavně k poslechu hudby, rádia nebo podcastů. Poté následují informace o počasí (57 %), funkce budíku nebo časovače (52 %), zjišťování nejnovějších zpráv a aktuálních událostí (52 %) a pokládání vtipných dotazů (41 %).

Výzkum dále zjistil, že více než dva z pěti lidí v celé Evropě (42 %) používají reproduktor s hlasovým asistentem ve spolupráci s dalšími chytrými domácími zařízeními, jako jsou chytré zásuvky, routery, domácí bezpečnostní kamery a různé senzory. „Z těchto zjištění vyplývá, že je zajímavé a důležité sledovat dopad stále dostupnějších technologií a spotřební elektroniky na moderní domácnosti. Tyto technologie – od chytrých zařízení pro bezpečnější a lépe chráněný domov přes aplikace umožňující kontrolu domácnosti z libovolného místa až po hlasové ovládání zařízení – skutečně mění dynamiku života doma i mimo domov k lepšímu,“ řekl Kevin Wen, prezident společnosti D-Link Europe. Společnost D-Link zaujímá již více než tři desetiletí přední pozice při vytváření a vývoji technologií pro zlepšení připojení k internetu v domácnostech a kancelářích po celém světě.

Výsledkem tohoto úsilí je také letošní zahájení prodeje nejnovější řady chytrých domácích mesh wi-fi routerů D-Link EXO (DIR-1960, DIR-2660 a DIR-3060), které jsou vybaveny sofistikovanou ochranou od společnosti McAfee. D-Link navrhuje, vyvíjí a vyrábí oceňovaná řešení pro kabelové i bezdrátové počítačové sítě, kamerový dohled, ukládání dat a automatizaci domácnosti. Jako globální lídr v oblasti konektivity rozvíjí technologie firemních sítí a dodává firmám vybavení pro zefektivnění práce. Je také důležitým průkopníkem na trhu pro automatizaci domácností. Umožňuje lidem na celém světě snadno a za dostupnou cenu monitorovat, automatizovat a ovládat jejich dům kdykoli a kdekoli přes smartphone nebo tablet.

Rozsáhlá řada inovativních, výkonných a intuitivně použitelných technologií D-Link je dostupná firmám i běžným spotřebitelům prostřednictvím globální sítě obchodních kanálů, prodejců a poskytovatelů služeb. (tz)



