

Madam[®] BUSINESS

PROSPERITA

květen 2021

Na zahradě

Eva Bixi

Obloha se stmívá
Do syrové země
Mám ruce rozpraskané
Jak hrouda života
Jež drolí vůni kuchyně
A jemně
Přidává k bytí koření
Mám salát plný jara
Záhon mi vrací
Co jsem půdě dala
Podvečer plný vzpomínek
Ukládám tajně
K mladšímu rybízu pod kmínek

Danuše Nerudová

Naše země potřebuje především
prezidenta/prezidentku osobnost,
která bude morální autoritou
rozhovor na stranách 10–11

Mrazem sušené a vitamíny nabažené lyofilizované jahody od Mixit

Jahodová sezóna se blíží, ale pokud nemůžete vydržet, tak v Mixitu už je v plném proudu nyní!

Při lyofilizaci se ovoce vysuší pomocí prudkého ochlazení. Protože jsou jahody plné vody, na výrobu 50 g se spotřebuje 500 g čerstvého ovoce. Tento mrazivý šok má mnoho výhod. Ovoce není gumové, ale získává pevné křupavé skupenství. Díky tomu pak vydrží dlouho i bez konzervantů nebo barviv. A hlavně si zachovává veškeré vitamíny a další zdraví prospěšné látky.

Jahodový mix, 470 g, 199 Kč. Složení: ovesné lupínky 44 %, vláknina 20 %, jádra kešu ořechů 15 %, čokoládové hoblíny hořké 14 %, lyofilizované jahody 7 %.

Jahoda – Křupavé kostičky, 40 g, 109 Kč. Složení: lyofilizované jahody.

(red)



Petrof v novém rytmu: rozběhli jsme rozvojovou strategii

Klavírní koncert v ojedinělém prostředí pražského Rudolfinu nebo v PETROF Gallery v Hradci Králové, kdy člověk zavře oči a nechá se unášet šplouchavými vlnkami tónů, jež pronikají duší a oživují časoprostorové dobro světa? Jak dlouho už jsme ochuzeni o zážitky, jež dotvářejí člověka v lepší já? Raději nepočítat. Přesto, jak se ukazuje, mají složitosti, jimiž procházíme, i svůj přínos. Je zřetelně znát, co koronavirová krize podnikatelům připravila: prvopočáteční šok a logické obavy o vlastní existenci. Ale obecné zákonitosti vývoje neklamaly. Stále více společností se vzpamatovává a přiznává, že jim problémy také naznačily novou cestu. Mnohé firmy pochopily a odkryly svůj potenciál, zrodila se spousta nápadů, potíže přivolaly rozvoj. Jaro roku 2020 přineslo novou strategii také skupině Petrof. Jakou? O tom již Mgr. Zuzana Ceralová Petrofová, prezidentka:

Už přes rok sužuje lidstvo koronavirová pandemie. Jste nejen východočeskou, ale globální firmou, jejíž výrobky zná celý svět. Jak na vás zpočátku neobvyklá situace dolehla? Co se u vás událo loni na jaře?

Loni na jaře jsme neměli na různých ustláno. Začalo to v Číně, kde pandemie propukla v průběhu ledna, a narušila tak oslavy čínského nového roku. To znamená, že kvůli tamnímu lockdownu jsme nemohli dodat připravené zboží ani inkasovat peníze. Od konce ledna do konce léta se tento stav zopakoval po celém světě. Showroomy zavřeny, školy, instituce také. Koncerty se nekonal. Tržby padly na 50 % a my jsme hledali cesty k přežití.

Co vás tehdy napadlo, o čem jste začala přemýšlet, abyste pokračovali v rozvoji, plánech, vizích?

Chování v krizi již máme nacvičené z roku 2008, tak jsme s managementem vydali soubor opatření a okamžitě jsme je začali plnit. Hlavním cílem bylo inkasovat peníze od zákazníků a vyrábět piana, na která byla jistá zakázka. Ostatní výrobu jsme museli přibrzdit. Díky podpoře státu – kurzarbeitu jsme nemuseli propustit velké množství lidí. Zároveň jsme ale rozběhli rozvojovou strategii. Investovali jsme více času a peněz do online marketingu, vznikl PETROF e-shop a vznikla nová výrobní divize PETROF design.

Řekli jsme si, že když nemůžeme cestovat za svými obchodními partnery do světa, být na veletrzích a zároveň musíme mít zavřenou kavárnu a PETROF Gallery bez koncertů, vrhneme se na pořádek doma. Rozjeli jsme projekt „efektivní firma“ napříč společností a vyzvali své kolegy – zaměstnance, aby nosili náměty na zlepšení a zefektivnění procesů uvnitř firmy.

Jak reagovala výroba na ekonomickou nejistotu nejen v ČR, ale i za hranicemi?

Řekli jsme si, že když nemůžeme cestovat za svými obchodními partnery do světa, být na veletrzích a zároveň musíme mít zavřenou kavárnu a PETROF Gallery bez koncertů, vrhneme se na pořádek doma. Rozjeli jsme projekt „efektivní firma“ napříč společností a vyzvali



Mgr. Zuzana Ceralová Petrofová



své kolegy – zaměstnance, aby nosili náměty na zlepšení a zefektivnění procesů uvnitř firmy. Sešlo se jich opravdu mnoho. Úkoly jsme rozdělili do jednotlivých týmů, každý z nich pracuje samostatně. Jednou týdně se s managementem potkáme, vyhodnotíme situaci a posuneme věci dál. Rezervy se vždycky najdou. Ruku v ruce s tím řešíme digitalizaci. Tam, kde to jde. Chci ukázat našim zaměstnancům, že i tradiční řemeslná výroba pian se dá modernizovat a kvalita stále zlepšovat.

Zkušenosti s krizovým řízením máte, už jednou jste zachránila a zušlechtila jméno rodinného klenotu Petrof. Využila jste některé z nich, anebo jste uvažovala úplně jinak?

Ano využila. Pravidla jsou pořád stejná. Musíte si uvědomit, kde stojíte, popsat rizika a hle-

dat řešení, jak je omezit. Dobře komunikovat věci dovnitř firmy, motivovat se malými úspěchy a krok po kroku zdolávat překážky. Je to jako přejít přes ledovou kru. Když se začnete moc propadat, zkusíte jinou cestou. Důležitá je trpělivost a selský rozum, také je potřeba neztrácet humor. My u nás v PETROFu říkáme, že „Nejhorší smrt je z toho, když se necháte vyděsit!“

Hrála svou roli i ženská intuice? Spolehněte na ni někdy?

Myším, že ano. Řekla bych, že ženy obecně snesou větší zátěž než muži. Neřešila jsem jen firmu, ale také distanční výuku svého desetiletého syna, obědy, obavy o zdraví našich blíz-

kých, ať již doma, nebo ve firmě. Člověk pak musí některé věci dělat intuitivně.

Milovníci hudby se zatím nemohou setkávat na koncertech, přesto zájem o nákup pian a pianin neklesá. Oč je nyní u nás největší zájem a jak je tomu v jiných destinacích světa?

S příchodem covidu se mnohé změnilo, také chování zákazníků. Lidé jsou doma, nemohou do společnosti, na svůj oblíbený koncert, často ani do práce. Investují do svého domova, do vzdělání, a tak se třeba rozhodnou pro nákup piana. Stává se, že si objednájí u nás pianino nebo klavír prostřednictvím e-mailu. Nemohu říct, že se některé modely prodávají lépe, či hůře. Stejně tak je to i v zahraničí. Ale poptávka je od konce loňského léta po celém světě velká, a to je dobře.

Daří se nyní vašim aktivitám v Číně?

Ano daří. Zdá se, že covid tam již překonali a je ochota lidí nakupovat. Školy už jsou zase otevřené, připravujeme koncerty, soutěže.

Roky 2020 a 2021 zapíší do historie značky Petrof další kapitoly. O čem tedy budou především?

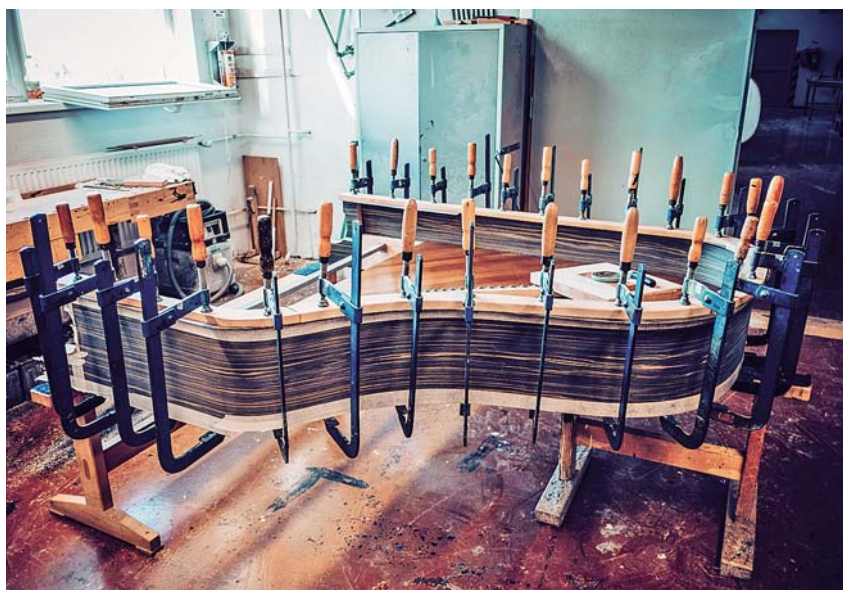
Ale poptávka je od konce loňského léta po celém světě velká, a to je dobře.

O změnách v myšlení, novinkách, soudržnosti, pokoře, ale i rozvoji.

Nedramatizujeme své životy přespříliš? Nepodvolujeme se strachu, který lidem odebírá sílu, naději, optimismus? Co se vám v podnikání v této souvislosti osvědčilo?

Zdravý selský rozum. Člověk se nesmí nechat ovlivnit strachem. Všechno má své řešení! A také opět a zase platí spoléhat sám na sebe.

za odpovědi poděkovala Eva Brix





Chytré hodinky a stres

Sedím u počítače, píši důležitý článek. Jen tak mimochodem zapínám sledování chytrých hodinek. Hranice nasycení krve kyslíkem klesá a mě to děsí. Pak se projdu po zahradě a test zopakují. Je to dobré, saturace činí 99 %. Klídek, Evo, neboj se. Ale je pozdě. Stresový faktor zahrál svou komedii. A já si posléze říkám: proč se trápit tím, co mi říkají ciferníky? Copak chodily naše babičky na pole taky s měřáky? My se bez mobilu ani nenajdeme. Chápu, náš životní styl je jiný a technologiím vdčíme za spoustu dobrého. Ale přináší i zlověstné obavy a dělají z nás neurotiky. Co s nimi? Vím to. Nepodléhat jejich šarmu a řídit se zdravým rozumem.

Eva Brixí, šéfredaktorka



Tip Grady

12 kroků k vysněné kariéře Začněte svou práci žít a užívat si ji

Reed James



Třetinu svého života strávíte v práci. Možná potřebujete inovovat pohled na svou dosavadní kariéru, ale bojíte se tak zásadní životní změny. Nevíte, kde a jak začít, abyste si našli práci, která vás bude bavit a naplňovat. Autor vám ve dvanácti krocích ukáže, co můžete udělat pro to, abyste se svou kariérou začali být spokojeni.

partneři www.madambusiness.cz

hlavní
partneři:



partneři:



Prosperita Madam Business

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 15, květen 2021
Vydává RIX, s. r. o., Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9

Šéfredaktorka:

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

Šéfredaktor www.madambusiness.cz:

Martin Šimek, e-mail: martin@prosperita.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 intuitiveidiary.com naší redaktorky Kateřiny Šimkové.

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



Mnoho z nás začalo pracovat na home office. Čemu vás to naučilo?

Ing. Hana Velátová
Vavex 1990 s.r.o.
jednatelka

Dovolila bych si na vaši otázku odpovědět trochu jinak. Po několika pokusech jsem pochopila, že home office není nic pro mne. Jsem člověk společenský a komunikativní, a tomu tento způsob výkonu práce příliš nenahrává. Takže práci z domova jsem schopna aplikovat maximálně jeden den v týdnu. Více bych nezvládla. Chybí mi kontakt s kolegy, se kterými je často i veselo. Na home office se navíc spoustu věcí nedozvím, k některým sdělením je třeba osobní kontakt.



Mělo by v ČR přibývat podnikatelek a manažerek?

Ing. Petr Koten, MBA
Česká společnost pro jakost
výkonný ředitel

Matematicky vzato ano. Podnikatelů mužů je dvakrát více než žen a podíl mužů v manažerských funkcích je ještě větší. Tudíž potenciál pro to, aby ženy zaujaly více těchto náročných rolí a byl vyrovnán evidentní nepochybnost, tu bezpochyby je. A já samozřejmě velmi fandím všem ženám, které uspěly nebo které se na dráhu podnikatelek nebo manažerek chystají. Rád bych také zmínil, že v České společnosti pro jakost vytváříme v rámci Klubu manažer podmiňky pro sdílení novinek a zkušeností mezi manažerkami a podnikatelkami. A že jsou témata jednání zajímavá, dokazuje i to, že se mezi členky klubu vloudilo i několik členů mužského pohlaví. Ti jsou však (a pravděpodobně i nadále budou) v tomto „dámském“ klubu v menšině...



Informace do kabelky

Řízená degustace čokolády

Pět single origin čokolád, kolo chutí, degustační desatero a videoprůvodce – to obsahuje nový zážitkový degustační balíček brněnské čokoládovny Ajala. „Degustační balíček představuje naše řešení situace, kdy nemůžeme zákazníky provést světem výběrové čokolády naživo. Chceme v něm fanouškům čokolády přiblížit, jak pestrý je náš čokoládový svět a jak blízko má třeba k vínu nebo výběrové kávě. Rádi bychom jim dopřáli spolu s naší čokoládou i zážitek. Můžete s námi strávit třeba příjemný večer, když si k ochutnávání pustíte naše video průvodce. A příjemné večery jsou něco, co teď, myslím, všichni potřebujeme,“ představil novinku zakladatel Ajaly Filip Teplý. V balíčku najdete pět tabulek výběrových čokolád Ajala z různých zemí světa, poznámkový arch, který vám pomůže při hledání rozdílů mezi čokoládami v chuti, vůni, textuře, zlomu a díky kterému se vám budou čokolády skvěle srovnávat, kolo chutí, které vám bude napovídat, jaké chuti můžete v čokoládě najít, ale neumíte pojmenovat nebo si je hned nevybavíte, degustační desatero, ve kterém se dozvíte, jak při degustaci čokolády postupovat, videoprůvodce, ve kterém vám zakladatel Ajaly představí ochutnávání čokolády blíže a provede vás celou degustací. Ajala Degustační balíček s řízenou online degustací stojí 595 Kč, ke koupě pouze na e-shopu www.ajala.cz/e-shop/produkty/degustacni-balicek-s-online-ajala-degustaci. (tz)

Žena jako fenomén, od něhož se můžete v businessu učit

Počet žen se v podnikatelských a manažerských pozicích zvyšuje. Není divu, protože tyto osobnosti vynikají v mnoha ohledech. Je téměř jedno, zda firmy vlastní, nebo je řídí. Jejich přístup je předurčuje k úspěchu i v dobách krize. Interim manažer a jednatel firmy J.I.P. pro firmy Ing. Jiří Jemelka, MBA, v komentáři poukazuje na to, jak se z jejich stylu vedení poučit a náročné momenty lépe překonat.

Kultura otevřenosti, komunikace a spolupráce

Ženy v businessu mají talent zavádět ve firmách ten správný trend, kulturu, která přeje otevřenosti a komunikaci. Eliminuje strach. Zřídka se v podniku, jenž má ve svých rukou schopná žena, setkáte s machistickou atmosférou, která staví na kultu uctívání a prezentace dokonalosti vedoucího pracovníka. „Výhodou ženského elementu v čele je to, že právě manažerky obvykle mívají velký cit pro komunikaci. Ztělesňují a do řízené organizace přinášejí takové hodnoty, které podporují otevřenost, lepší kooperaci a menší potřebu chránit si svůj pracovní píseček před ostatními. Umí v lidech lépe rozvíjet chuť pracovat týmově a vzbuzují v ostatních pocit, že každý jeden z nich je důležitý při naplňování vize firmy. Jsou to hodnoty, jež lze označit za pilíře udržitelnosti a odolnosti. Ženy s tímto přístupem dokážou totiž lépe motivovat tým navzdory nepřízní, již současná situace stále ještě představuje a nějakou dobu její následky budeme v ekonomické sféře pociťovat i v následujících letech,“ uvedl Jiří Jemelka.

Kreativita neroste, pokud lidem bráníte mít zdravé sebevědomí

Pokud je firma řízena silně direktivně, kdy je šéf v roli superstar, kata a soudce, který nemilosrdně hodnotí všechny aktivity a málokdy pochválí, je to prostředí, v němž jednotlivci i celé týmy ztrácejí elán a chuť do práce. V takovém podniku je pro ně výhodnější jít šéfovi na ruku, nevyrukovat se změnami a nápady. To paradoxně firmu brzdí. Ve složitých dobách se to projeví ještě razantněji, protože takový podnik není schopen se rychle přizpůsobit. Firma, kde je nezdravé klima, je daleko zranitelnější vůči výkyvům všeho druhu, mění se pomaleji, na změnu uvnitř není připravena. „Dnes víme, že přitvrdit na výkon není východiskem z nesnází, poklesu tržeb. Problém bývá

zakoreněn hlouběji. Už v samotných hodnotách, které šéf firmy šíří. On je příkladem, jenž udává tón v celém podniku. A je-li to pouze one man show, pak je výsledek zřejmý,“ osvětlil Jiří Jemelka.

Top manažerky mají díky svému naturelu v těchto dobách lepší výchozí pozici. Zaměstnanci přirozeně motivují k tomu, aby se nebáli a přicházeli s neotřelými řešeními. Žádný nápad není špatný, každý může být přínosem. Tím zároveň roste sebevědomí lidí, mají větší odvahu a s chutí práci věnují více energie a tvořivosti. Firma se stává pružnější, lépe rozvíjí lidský kapitál. Z toho roste úspěch v dnešní technologické době. Kreativita je klíčem



Ing. Jiří Jemelka, MBA

k překonání jakékoli krize či hranic. Lidé ale nejsou kreativní, pokud se v kolektivu nebo uvnitř firmy cítí mizerně. „Ostřílené šéfky umí z lidí dostat maximum, dokonce takové, že jednotlivci ani netuší, že by něco takového kdy dokázali, a to je přesně ten druh leadershipu, který dnes potřebujeme, který nespočívá na sílu, ale na vynalézavost. Lidé jsou ochotní pod takovým vedením zdravě riskovat, inovovat, měnit se a své tvůrčí bohatství sdílet,“ upozornil Jiří Jemelka.

Větší potřeba vyniknout versus dělat to, co mě baví

Muži mají obvykle větší potřebu v rámci své profese vynikat a dávat to na srozměnou široké veřejnosti, uvnitř organizace i mimo ni. Jsou více orientovaní na osobní úspěch a jeho prezentaci. Ženy ve vedoucích funkcích se da-

leko více zaměřují na to, aby jim konání připadalo smysluplné a cesta, kterou volí, byla naplňující, na první místo staví podnik a jeho kondici, tedy i spokojenost a iniciativu zaměstnanců. „Nesmíme si to představit tak, že ženy ve vedoucích funkcích nechtějí výsledky, ba naopak. A ve chvíli, když vidí, že je třeba řešit nějaký ekonomický problém, zpravidla přijdou za kolegy a řeknou něco ve smyslu, snižme si odměny a mezitím hledejme, jak dál. Od každého z vás chci slyšet náměty, ať jsou sebebláznivější, řekneme, za týden. Ženy jsou přirozeně nadané pro business continuity management, jsou těmi, kteří hledají cesty k inovacím i tehdy, když ostatní chtějí jen za každou cenu vyšší výkon. Používají důvtip a zároveň mají odvahu dělat potřebná rozhodnutí, která mnohdy jejich mužské protějšky vytrhnou z komfortní zóny. Mají v sobě určité rysy průkopníků, které podle mého soudu vycházejí z jejich přirozenosti. Krize je pro ně prostě jen další etapa, v níž musí přežít a s nimi i celá organizace. I když to se zdá těžké, jejich houževnatost a pevná víra v to, co dělají, jim nedovolí vzdát se. Žena totiž o firmu pečuje a stará se. Vizi, kterou má, aktivně šíří a lépe do ní lidi zapojuje, dává ostatním v práci smysl, a to se jí mnohonásobně vrací. Je to podobné jako v rodině,“ podotkl Jiří Jemelka.

Ženský element v mužském manažerském kolektivu

Ženy v managementu excelují, což dokládají nejrůznější prestižní žebříčky a ocenění nejen na republikové úrovni. Pokud je však větší část managementu, včetně nadřízených, mužského pohlaví, mnohdy ženám nezbyvá, než se v takovém prostředí přizpůsobit přetrvávající mužské hře. „Denně se setkáváme s ženami, které jsou schopné vydržet neskutecný tlak ega svých kolegů, jsou schopné unést krize a skvěle pracovat se svým týmem, přesto právě na určitý šovinismus jejich talent naráží. Rád bych mužským manažerským kolektivům řekl, že žena mezi nimi je poklad, který firmu může neskutečně obohatit, protože dáte-li prostor ženám, začnou se dít zázraky, potenciál lidí se začne rozvíjet daleko dynamičtěji, než jste byli zvyklí. Nesvazujte ženy ve vedení nepsanými mužskými pravidly hry a raději je upravte a uče se. Přirozenost, s jakou dokážou vést lidi za vizí je o to důležitější, že pro mnohé je současnost velmi stresující a nejisté období. Pokud šéfuje tak, aby lidé neměli strach a cítili se dobře, dají práci maximum, aniž by si toho vlastně všimli,“ uzavřel Jiří Jemelka.

připravila Kateřina Šimková

V 90 % firem mají alespoň jednu ženu ve vrcholovém managementu



David Pirner

Je pravdou, že nejvíce žen v seniorních pozicích najdeme dnes v Africe?

Ano, je to tak. Stejně jako v minulém roce je to opět na území tohoto kontinentu, kde činí podíl těchto žen 39 %. V Evropě je podíl žen ve vedoucích funkcích 34 %. Zároveň 90 % firem má ve vrcholovém managementu alespoň jednu ženu. Z pohledu zastávané pozice dlouhodobě klesá zastoupení žen na pozicích HR ředitelek, naopak roste počet generálních ředitelek – již v každé čtvrté firmě zastává tuto pozici žena. Nárůst počtu žen ve vedení přitom mohla urychlit i koronavirová pandemie.

Odborníci tvrdí, že právě ona zasáhla do určitých standardů, týká se to i světového businessu?

Koronavirová pandemie proměnila standardy napříč společnostmi, a to i v businessovém prostředí. Požadavky na vedoucí pozice prošly díky pandemii také svojí proměnou, protože se v části kancelářských zaměstnání zcela změnil pracovní postup a zažité normy. Dle výzkumu Grant Thornton koronavirová krize však pouze urychlila již probíhající trendy. Významná část naší práce se přesunula do online prostředí. To na jednu stranu zefektivnilo pracovní výkon, ale zároveň významně zatížilo každého člena týmu. Všichni jsme se museli adaptovat na nové podmínky. Pro manažery znamená tato doba výzvu, jak nově vést a motivovat tým. Diverzifikované týmy s větší genderovou rovnováhou dokážou lépe čelit novou situaci, jsou schopny vyšší empatie a flexibility při hledání vhodných řešení.

Ženy v businessu tvoří svéráznou kategorii osobností. Zpravidla je charakterizuje velká houževnatost, dobrá komunikativnost, značná kreativita, empatický styl řízení. Ženy v managementu firem a organizací, jak se stále častěji ukazuje, mají pozitivní vliv na rozvoj jednotlivých subjektů, a do těchto pozic zkrátka patří a měly by patřit v ještě větší míře. Poradenská skupina Grant Thornton zveřejnila výsledky svého celosvětového výzkumu, který sleduje podíl žen ve vrcholovém managementu. Ten meziročně stoupl o dva procentní body z 29 % na 31 %. Co z něj dále vyplynulo? Na to odpověděl David Pirner, managing partner skupiny Grant Thornton Czech Republic:

Co ještě ukázal výzkum?

Například až 69 % dotázaných odpovědělo, že proměna pracovního prostředí pomůže ženám v dosahování jejich kariérních cílů. Díky pandemii covid-19 přešly firmy na flexibilnější možnosti práce, což může pro některé znamenat lepší podmínky pro prezentaci svých schopností v rámci společnosti. Rok 2021 je obecně významným milníkem z pohledu genderové diverzity firem. Dle výzkumu skupiny Grant Thornton, který je každoročně zpracováván již 17 let, až 90 % podniků má ve vedení alespoň jednu ženu. Pro srovnání – v roce 2017 to bylo pouze 66 % podniků. V globálním měřítku zastoupení žen ve vrcholovém managementu stoupl o dva procentní body z 29 % na 31 %, čímž byla překročena významná hranice 30 %. Počáteční hodnota byla na začátku reportování v roce 2004 na 19 %. Předpokládá se, že překonání příčky 30 % předznamenává trvalejší transformační změnu. Tento zlomový moment představuje pokrok v globálním měřítku.

Evropská businessová kultura je vysoká, má za sebou slavnou historii. Přesto žen ve vedoucích pozicích není tolik, jak by možná někteří předpokládali, naopak zajímavé tendence můžeme pozorovat třeba v Africe či Asii. Je to tak?

Dominující oblastí z pohledu zastoupení žen v top managementu zůstává, pro někoho možná překvapivě, Afrika. Ta si od minulého roku polepšila o jeden procentní bod na celkových 39 %, což je nejvíce na světě. V závěsu je pak jihovýchodní Asie s 38 %, to je o tři procentní body více než loni. Jižní Amerika měla minulý rok nejvyšší nárůst, a to z 25 % na 33 %.

I letos si polepšila o další tři procentní body na celkových 36 %. Evropská unie konkuruje svými 34 %, Severní Amerika se dostala na 33 %.

Ženám velmi často patří pozice personálních ředitelek, to se však prý již mění...

V klesající tendenci, kterou výzkum Grant Thornton zaznamenal už v roce 2020, pokračuje i zastoupení žen na pozicích HR ředitelek. Ačkoliv je segment HR tradičně domací půdou žen ve vedení, jejich podíl zde nadále klesá. Minulý rok bylo v této oblasti 40 % žen, letos už je to pouze 38 %. Naopak nadále zvyšující tendence pozorujeme opět u podílu žen na pozicích generálních ředitelek. Tam zastoupení žen narostlo od minulého roku o šest procentních bodů na celkových 26 %.

Jaký názor má na genderovou vyváženost vaší společnosti?

Globální skupina Grant Thornton se již dlouhodobě staví do pozice hybatele v oblasti genderové diverzity ve firmách. Věřím, že různorodé vedení je z dlouhodobého hlediska přínosem pro firmy samotné i pro celkové prostředí vrcholového managementu.

Mohl byste charakterizovat podnikatelky a manažerky v ČR?

Opravdu si netroufnu na takto obecnou otázku dát jednoduchou a výstižnou odpověď. Každý jsme jiný, osobně neberu ženy-podnikatelky nebo ženy-manažerky jako speciální kategorii. Za sebe bych rád vyzdvihl, že obdivuji, s jakou elegancí, vřelostí a empatií většinou působí na své okolí, aniž zaostávají nadhledem nebo výkonností v čele svých týmů.



ptala se Eva Brixí

dm pro klima, udržitelný rozvoj, zdraví a spokojenost zákazníků

Síť prodejen dm v tomto roce dál rozšiřuje a obohacuje nabídku zboží a služeb, a to se zvláštním ohledem na ochranu životního prostředí. O nových i osvědčených věcech dm jsme hovořili s Ing. Michaelou Zikmundovou, MBA, sortimentní manažerkou této společnosti.



Překvapíte na jaře opět své zákazníky zajímavými novinkami v nabízeném sortimentu zboží a v podobě služeb?

Na jaře se součástí sortimentní nabídky dm prodejen stala nová řada produktů Pro Climate, které jsou neutrální k životnímu prostředí. U těchto výrobků byly pečlivě analyzovány negativní dopady jejich produkce a likvidace na životní prostředí. Ty jsou sníženy a kompenzovány v pěti kategoriích: klimatická změna, eutrofizace, oxyselování, oxidační smog a narušování ozónové vrstvy. Produkty Pro Climate jsou vyráběny s co nejlepší možnou ekobalancí. V první fázi uvedeme postupně do prodeje 14 produktů s označením Pro Climate. Zákazníci je najdou v dm značkách alverde, Denkmit, Jessa, SUNDANCE či Sanft&Sicher.

Pokračujete i letos, kdy řešíme především hygienické a zdravotní problémy, v důrazu na trvale udržitelný rozvoj, kterým byla společnost dm pověstná?

Důraz na trvalou udržitelnost je pevnou součástí filozofie společnosti dm. Proto se tomuto tématu budeme věnovat i v tomto roce. Novou značku Pro Climate jsme již zmiňovali. Novinkou jsou také tašky z dřevěných vláken

Ecovero™, které jsou další alternativou k dostupným taškám z biobavlny. Nové nákupní tašky jsou vyráběny z poškozených stromů a jejich výroba je alokována ve střední Evropě. Až 75 % dřeva se dopravuje po železnici. V porovnání s čistě bavlněnými taškami se spotřebuje o 60 % méně vody. Na podzim jsme také zahájili novou aktivitu Jdeme na to od lesa. Ve spolupráci s organizací Lesy ČR a Sázíme stromy bylo vytipováno 17 lokalit, ve kterých se společnost dm rozhodla pomoci s výsadbou nových lesů. Zároveň pomůžeme zasadit vzrostlé stromy a keře na veřejných místech.

Co bývá největší oříšek při inovaci a rozšiřování nabídky?

Je nutné zvážit hned několik kritérií, jako je například otázka, u kterých produktů dává inovace smysl. Co se bude u konkrétního produktu inovovat (složení, obal), co zůstane zachováno. V případě zalistování novinek hraje roli i otázka, zda se po zařazení výrobku zvedne výkon celé sortimentní kategorie.

Jak lidé novinky přijímají? Vyžadují je, nebo jsou spíš konzervativní?

Jsou zákazníci, kteří se na ně těší, a dá se říct, že na ně vyložené čekají. Jiní dávají přednost osvědčeným produktům, které už znají a mají je vyzkoušené. Novinky a inovace sortimentní nabídky vnímáme jako důležité, a proto jim dáváme prostor i v naší komunikaci.

Pandemie mění naše návyky. Do jaké míry reflektuje sortiment v dm tuto skutečnost?

U zákazníků sledujeme změněné nákupní chování. Nakupují s menší frekvencí, ale průměrná hodnota jejich nákupů je vyšší. Vyšší zájem jsme zaznamenali o produkty podporující zdraví nebo prostředky hygieny rukou. Ty jsme v prodejnách dm soustředili na jedno místo, a zákazníci je tak snadno naleznou. S ohledem na zavřené kosmetické a kadeřnické salóny poptávají zákaznice produkty pro domácí péči, jako jsou barvy na vlasy nebo přípravky pro domácí pedikúru a manikúru. V tom, abychom mohli ženám prostřednictvím našich komunikačních kanálů nabízet adekvátní produkty, nám pomohl také průzkum, který jsme na začátku roku realizovali s agenturou STEM/MARK. Zaměřil se na otázku, jak o sebe ženy v době koronavirové pandemie pečují. Obecně však platí, že sortiment i komunikaci přizpůsobujeme potřebám nakupujících, mění se spíše rychlost, jakou je potřeba v komunikaci reagovat.

Co byste přála toto jaro nakupujícím, spolupracovníkům, svým blízkým?

V současné době to bude možná znít už jako klišé, ale přála bych všem hlavně pevné zdraví. Aby ani v těžkých časech neztráceli optimismus a na každém dni si našli něco, co jim udělá radost.

ptal se Pavel Kačer ■■■



Čepice i tepláky: dialog je základem dobrého výsledku

DITA výrobní družstvo Tábor je na trhu dětského odívání pojem. Troufám si tvrdit, že každá maminka už pro svou ratolest z její nabídky něco vyzkoušela. A byla spokojená, ba nadšená. I to je odpověď na otázku, proč výroba i prodej rostou, proč není nouze o zákazníky. I přesto, že koronavirová krize i tady pár řádek do historie podnikání vepsala. Viděno očima předsedkyně představenstva Aleny Duškové je příležitostí, jak uspět, stále dost:



Alena Dušková

Už více než rok vládne celému světu koronavirus. Ovlivnil také podnikání, ať v dobrem, či horším slova smyslu. Jak zasáhl do činnosti vašeho družstva?

V polovině března 2020 jsme přišli z minuty na minutu o práci pro 30 švadlen. Jeden z klíčových anglických zákazníků, pro kterého šijeme celoročně, zavolaal, že již neodebere ani kus. Nakonec jsme nemuseli nikoho propouštět. Podařilo se nám to překlenout šitím roušek, šili jsme pro města, nemocnice, ale hlavně pro soukromé firmy. Museli jsme v nouzovém stavu uzavřít dvě podnikové prodejny, kde prodáváme výrobky vlastních značek Little Angel a Baridi wear, na druhou stranu se ale zvedl prodej přes e-shop o 70 %. Roušek jsme po dobu jarní krize ušili více než 250 000 kusů. Už je to déle než rok od počátku pande-

mie, a my stále střídavě zavíráme a otevíráme naše prodejny. Velmi rychle jsme pochopili, že investovat do našich e-shopů je v této chvíli správná volba. Takže abych odpověděla na vaši otázku, koronavirus zasáhl do činnosti našeho družstva především nutností přeorientování směrem do online sektoru.

Tím, že jste výrobním subjektem, jsou daná i pravidla pohybu zaměstnanců – do práce chodí, home office nepřipadá moc v úvahu. Stroje musí někdo obsluhovat, produkci expedovat... Jak zvládáte vše potřebné? Polovina lidí patří mezi hendikepované, ti musí o své zdraví dbát ještě pečlivěji než ostatní...

Za ten více než rok pandemie máme již vytvořený osvědčený pracovní režim. Zdraví našich

zaměstnanců je pro nás prioritou, proto jsme velmi rychle zavedli home office u těch zaměstnanců, u kterých je to jen trochu možné, a u ostatních dbáme na pravidelné testování a maximální možnou hygienu. Samozřejmě jsou pravidelně dezinfikovaná pracoviště a další všeobecně nápomocná opatření.

DITA má několik divizí, nejproslulejší je asi textilní, kterou proslavilo špičkové oblečení pro děti. Co všechno zájemcům dnes nabízíte?

Co se dětského textilu týče, je toho opravdu mnoho. Od čepic, kterých se jen za loňský rok prodalo přes 35 000 kusů, po softshellové kalhoty, trička, mikiny nebo vyložené limitované „kousky“, jako jsou body šaty pro malé parádnice. Vše je řazeno v kolekcích tak, aby mohli být naši malí zákazníci sladění od bačkůrek po čepici. Nechybí ani zavinovačky či fusaky v mnoha vzorech.

Nejen kolekce dětských výrobků obsahuje materiál outlast. Čím je jedinečný?

Kouzlo spočívá v naprosto odlišném principu funkčnosti. Běžný funkční materiál pracuje tak, že pouze odsouvá pot z povrchu přehřáté pokožky. Outlast se aktivně stará o to, aby pot nemusel vzniknout vůbec, protože aktivně redukuje samotné pocení. To je naše tajemství, které je zároveň tím nejpodstatnějším rozdílem. Outlast snižuje pocení až o 40 %. Díky tomu brání vzniku potníček a dalších nepříjemností. Naše oblečení s outlastem je navíc díky své jemnosti vhodné i pro ekzematiky či pacienty léčené s nemocí motýlích křídel. Proto také dlouhodobě spolupracujeme s neziskovou organizací DEBRA.

A stále si držíte unikátní prvenství – máte na světě nejširší kolekci dětského oblečení z uvedené tkaniny?

Zní to velmi nabubřele. Ale ano, je tomu stále tak. Nicméně rozhodně neusínáme na vavří-

V polovině března 2020 jsme přišli z minuty na minutu o práci pro 30 švadlen. Jeden z klíčových anglických zákazníků, pro kterého šijeme celoročně, zavolaal, že již neodebere ani kus. Nakonec jsme nemuseli nikoho propouštět.



nech. I přes 12 let vývoje pro naši značku Little Angel stále zlepšujeme a navrhujeme nové a ještě lepší výrobky.

Kdo navrhuje trička, čepice, pyžama a dětské kousky? Jsou to vaši odborníci, váš vývoj, nebo sázíte na externí módní specialisty?

Máme vlastní vývoj a vlastní odborníky. A jsme na to pyšní. Externí módní spolupráce zní sice příjemně, ale externista nikdy neuchopí značku jako ten, kdo ji zná „zevnitř“ a dýchá pro ni.

Naznačila jste, že prodeje přes e-shopy rostou. Oč byl největší zájem? Je to stále oblečení pro děti? Nebo začíná převážovat prodej oblečení pod značkou BARIDI wear?

Prodej přes naše e-shopy skutečně stoupá. Největší zájem je tradičně o čepice, které prodáváme v tolika typech, druzích a barevných variantách, že tvoří téměř polovinu veškerého zboží na našem e-shopu littleangel.cz. Celkově stále vede oblečení pro děti. Zájem o BARIDI wear roste rovněž, ale dětskému textilu se jen tak nevyrovná, a není to ani naším cílem. Hlavní myšlenkou při založení nové značky BARIDI wear bylo poskytnout rodičům ten samý komfort, jaký oni poskytují svým nejmenším.

Často právě uvedenou značku zmiňujete v souvislosti s manažerským odíváním. Proč?

Ze stejného důvodu, z jakého je tento materiál ideální pro ty nejmenší. Jednoduše snižuje pocení až o 40 %. Oblečení je příjemné na tělo a udržuje vaše tělo v tepelném komfortu. Avšak nejen ti v manažerských pozicích milují BARIDI wear. Naše oblečení si oblíbili i vy-

znavači rekreačních sportů, z hodnocení našich zákazníků víme, že je výtečné na jógu, jezdeckví nebo třeba myslivost.

Zaujal mne ten z e-shopů, jehož prostřednictvím je možné si objednat zbytky látek a galanterní sortiment, který jste neupotřebili. Těší se značně pozornosti švadlenek?

Ano, náš e-shop ditalatky.cz vznikl z potřeby nezaplnit skladové kapacity látkami, které již nevyužijeme. Extrémní zátěž e-shop zaznamenal před rokem, kdy všichni šili roušky doma. Na e-shopu totiž bylo dostatečné množství kvalitní bavlněné látky za rozumnou cenu. Pozornosti se ale těší stále, protože jak známo, jsme národem nesmírně tvořivým a kreativním. Víme, že maminky doma šijí třeba tepláčky nebo používají látku na výrobu hraček s dětmi.



Jaký vztah jste získala k módě a šití vy sama? Je šicí stroj vaším dobrým kamarádem?

K módě mám vztah jednoznačně kladný. Těžko jej nemít, když pracujete v módním průmyslu. Co se šicího stroje týče, tam už to tak jednoznačné není. Odreaguji se radši při procházce přírodou či poslechem hudby než šitím.

V týmu máte převahu žen. Podle čeho se rozhodujete, když vybíráte nové spolupracovnice?

To je samozřejmě hodně závislé na dané pozici. Vždy je pro nás důležitá kvalifikace v oboru, případně opravdový zájem o obor a ochota učit se novým věcem. Práce v textilním průmyslu je zajímavá, ale rozhodně není snadná. Proto je důležité přizpůsobit se a umět spolupracovat s kolektivem. Myslím si, že dialog je základem dobrého výsledku.

Berete v úvahu intuici? Rozhodujete se okamžitě, nebo o věcech déle přemýšlíte?

Jako každá žena jsem si své intuice vědoma, ale rozhodně nedělám unáhlená rozhodnutí založená právě na intuici. O svých krocích hodně přemýšlím a vyhodnocuji je i zpětně.

A máte své vize týkající se rozvoje družstva? O čem v této souvislosti sníte?

Některé vize se i přes pandemii naplňují již teď. Právě letos například s naší značkou dětského oblečení pronikáme do zahraničí, konkrétně do Německa. Tím však naše expanze zdaleka nekončí. V plánu jsou i další země. Samozřejmě chceme nadále zlepšovat naše výrobky a technologie výroby. Vize je tedy jasná: Posílení klíčové pozice na trhu.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí


 prof. Ing. Danuše Nerudová, Ph.D.

Naše země potřebuje především prezidenta/prezidentku osobnost, která bude morální autoritou

Jak žít, aby člověk zvládl vše, co mu bylo předurčeno? Aby splnil své poslání, přispěl ostatním ke štěstí? Hodně lidí o tom v souvislosti s děním od loňského března začalo přemýšlet, někteří intenzivněji než kdy jindy. Koronavirus otevřel nové dimenze sebezpytování, nastolil řadu otázek, které by lidem na mysl možná ani nepřišly, pokud by trend neustálé honby za výsledky, tlaku na výkon, touhy po naprostém komfortu věcí pokračoval svým zběsilým tempem. I když, kdo ví... Odborníci tvrdí, že pandemie některé diskuze vyhrčila, uspíšila a přidala k nim další otazníky. Mnohé se týkají vztahů v nejširším slova smyslu, výchovy nastupující generace, obzorů studia, podnikatelské orientace firem, ekonomických i společenských změn. Jak na věci nahlíží rektorka Mendelovy univerzity v Brně prof. Ing. Danuše Nerudová, Ph.D.?

Čím se vyznačuje manažerská pozice rektorky a čím se liší například od poslání vrcholové manažerky výrobní firmy?

Pokud bych měla srovnávat pozici rektorky s pozicí manažerky, tak mezi nimi existuje jeden zásadní rozdíl, a to vtom, že manažer má plně v rukou základní nástroj řízení, což je rozpočet. V této pozici se rektor nenachází, neboť, obdobně jako při řízení státu, rozpočet univerzity schvaluje akademický senát.

Akademická půda čas od času čelí nařčením, že nevychová vysokoškolsky vzdělané lidi pro praxi, že v nich neprobouzí podnikavost a touhu být ostatním úspěšnými. Jak na to nahlížíte?

Domnívám se, že v této oblasti se univerzity v posledních letech hodně posunuly. Přispěla k tomu i reforma studijních programů, v jejímž rámci mohou univerzity realizovat tzv. profesně zaměřené programy, které jsou výrazně orientovány na praxi.

Pokud vím, vztahy vaší univerzity s firmami jsou excelentní. Mohla byste uvést příklad?

Velmi úzce spolupracujeme s Jihomoravským inovačním centrem a brněnskými investory, se

kterými pořádáme MENDELUStartup. Letos jsme vybrali tři startup projekty, které podpoříme. A samozřejmě běžně nám odborníci z praxe vstupují do přednášek, a naopak naši studenti chodí na praxi do firem.

Stala jste se osobností společenské a politické scény. Čeho byste na tomto poli ráda docílila?

Vysoké školy jsou součástí veřejného prostoru. Mají nezastupitelnou roli. Jejich úkolem je upozorňovat na celospolečenské problémy, kterým čelíme, a nabízet jejich řešení. To se snažím dělat.

Nedá mi to, abych se nedotkla tématu, které rezonuje napříč nejrůznějšími diskuzemi. Jak to bude s důchody v České republice za pár let, za pár desetiletí? Je to problém řešitelný a nad jiné obtížný, a je možné, že dnešní školáci už s financemi na penzi nemohou počítat?

Již velmi dlouho se v naší zemi pokoušíme o důchodovou reformu. Problém řešitelný je, odborníci mají poměrně jasnou představu, jak by se měl pojmout. Bohužel ale naše politická reprezentace stále nenachází odvahu důchodovou reformu zrealizovat.

Čeho se v současnosti české společnosti nedostává?

Pokory a důvěry.

Ekonomové mají na budoucí vývoj našeho hospodářství, tedy i podnikání nebo životní úrovně, rozdílné názory. Jaký je ten váš?

Naše země má velký potenciál. Dostali jsme se ale do situace, kdy se stát stal pro podnikatelské subjekty brzdou, a to tím, že není schopen digitalizace. Bez zásadní restrukturalizace a digitalizace státu nebudou mít u nás podnikatelé dobré podmínky k seberealizaci.

Státní pokladna na tom není nejlépe. Prosíchlá se, že se zvýší daně. Neexistuje lepší způsob?

Osobně se domnívám, že prvním krokem musí být zásadní revize výdajové strany – racionalizace agend, digitalizace a zero budgeting. Není nadále únosné, aby mandatorní a kvazi mandatorní výdaje státního rozpočtu činily více než 80 %. Současně s tím by měla začít diskuze o struktuře daňového mixu, která by lépe odrážela strukturu ekonomiky. A teprve v posledním kroku by měla být diskuze o případném zvyšování daní.

Naše země má velký potenciál. Dostali jsme se ale do situace, kdy se stát stal pro podnikatelské subjekty brzdou, a to tím, že není schopen digitalizace.

Ovlivní současná situace zájem mladých lidí o studium?

Nemyslím si.

Když byste si měla vybrat z nabídky Mendelovy univerzity, na jaké fakultě byste ráda rozšířila své vědomosti?

Tak to jste mne zaskočila. Ale asi by to bylo Rybářství na Agronomické fakultě. Rybaření mne totiž hrozně baví.

Potvrdila jste, že je mezi vašimi ambicemi i cesta na Pražský hrad. Myslíte si, že by ženský element nazírání na svět dokázal přispět k vylepšení nálad lidí?

Naše země potřebuje především prezidenta/prezidentku osobnost. Člověka s jasnou vizí a strategií, jak by naše země

a společnost měla vypadat. Osobnost, která bude morální autoritou a do společnosti navrátí hodnoty, jako je pokora, důvěra a úcta k druhým. Osobnost, která bude lidi spojovala a v době krize jim dávat naději.

za odpovědi poděkovala
Eva Brixi



Mendelova univerzita v Brně zásobuje prostřednictvím tiskových zpráv veřejnost novými zajímavými informacemi. Dává tak najevo, co se na akademické půdě děje a proč, co má přispět ke změnám v nejrůznější praxi. K takovým, jež vylepší život na zemi. Ať se to týká zemědělství, životního prostředí, stravování, podnikání, nebo procesů ve společnosti:

● **Vědci prozkoumají, jak ekologicky chránit brambory**
30. 4. 2021

Vědci z Mendelovy univerzity v Brně budou hledat recept, jak ekologicky šetrně chránit brambory proti houbovým a bakteriálním patogenům. Chtějí využít biopesticidy, konkrétně různé rostlinné silice a výluhy, nebo pesticidní zásahy. Botanické pesticidy patří mezi perspektivní alternativní ochranu rostlin. Mezi českými zemědělci jsou zatím známé jen málo a používají je spíše jen ekologičtí pěstelé. V některých zemích Evropy ale naopak činí podíl ekoprodukce a prodej biologických přípravků významnou a stále se rozvíjející oblast...

● **Podmínky pro chov ryb se rychle mění, vědci hledají nové cesty**
16. 4. 2021

Klimatická změna postupně mění podmínky chovu ryb v České republice. Zvyšující se letní teplota vody bude pro některé druhy v následujících dekádách doslova smrtelná. Celosvětově přitom produkce ryb roste ročně zhruba čtyřprocentním tempem. V České republice má zvyšující se poptávku při stagnujících výlovcích z klasických rybníků zajistit nebo nahradit chov ve specializovaných produkčních systémech, říká Jan Mareš z Ústavu zoologie, rybářství, hydrobiologie a včelařství AF Mendelovy univerzity v Brně. Týká se to zejména pstruha duhového, tedy ryby vyžadující chladnou a čistou vodu. Vědci budou nové produkční systémy detailně studovat...

● **Český pracovní trh čelí stárnutí populace, chytré firmy toho využijí**
21. 12. 2020

Česko stejně jako další vyspělé země čelí bezprecedentní změně na pracovním trhu, kterou je stárnutí populace. Zatímco na jedné straně roste počet lidí, kterým je 65 let a více, na druhé straně klesá počet lidí v produktivním věku, tedy mezi 15 až 64 lety. Podle Martiny Rašticové, která je vedoucí Ústavu práva a humanitních věd PEF Mendelovy univerzity v Brně, je stárnutí obyvatelstva vnímáno jako hrozba a nebezpečí, kterému západní společnosti čelí. S takovým hodnocením však zásadně nesouhlasí. Naopak zdůrazňuje, že jde o pozitivní změnu, o výsledek vývoje, ke kterému lidstvo dlouhodobě směřovalo, a chytrí zaměstnavatelé toho využijí...

Muškáty pro pohodu i vzácnou sbírku

Pamatuji si jasně červené muškáty u babičky ve Křinci na parapetech oken, kvetly tam od jara do podzimu, sebevědomě i prostě, voněly až přespříliš a ne úplně kytkově, patřily jako samozřejmost k tehdejší době i tehdejšímu životu. K bílé natřenému stavení na vsi náležely se svou vlastní pokorou i optimistickým vyzařováním, jako by lidem zde přebývajícím dávaly patřičné sebevědomí, vzájemný respekt i důvěru v sousedské vztahy.



RNDr. Eva Smržová

Dnes jsou pro mne vzpomínkou nedoceněného, emocemi, jež dokáží zúročit až nyní, kdy člověk některé věci a souvislosti vnímá úplně jinak než v deseti či patnácti letech. Už vím, že muškát na okně šířil harmonii radosti a smutků zároveň, navozoval přítomnost, a umírněval lecjaká trápení. Pohled na kvetoucí chomáče, které se mají k světu, člověka povzbudil, uchlácholil, odvedl na okamžik od starostí. Zdá se mi, že muškáty prožívají svou renezanci. Opět se, a ve velkém, vracejí na místa určení. Nejen na okna, verandy, zahrady, ale hlavně do našich srdcí. A že stojí za to se jimi zabývat, o tom pojednává i v březnu vydaná publikace Botanické zahrady hlavního města Prahy nazvaná jednoznačně Pelargonie. Napsaly ji tři autorky, kurátorky uvedeného výjimečného pracoviště, Alena Nováková, Jarmila Skružná a Eva Smržová. Ty se totiž také zasloužily o jedinečnou sbírku těchto rostlin. Kniha přibližuje jejich původ a výskyt ve volné přírodě. Nabízí přehled druhů, od botanických po běžně pěstované odrůdy. Odbornice nastínily historii šlechtění pelargonií, zmiňují

jejich použití v domorodé medicíně, aromaterapii i parfumerství a radí s pěstováním i množením. Nechybí ani tipy, kam se za pelargoniemi vypravit při cestách po Evropě. A protože si právě prostřednictvím muškátů vytváříme pohodu, po které tolik praheme, a protože se k pěstování květin a zahradničení uchyluje i mnoho žen z businessu, nedalo mi to, abych se RNDr. Evy Smržové nezeptala:

Pelargonie jsou českou venkovskou klasikou. Alespoň tak to mnozí z nás vnímají. Má toto tvrzení své opodstatnění? Stejně tak by se to dalo říci třeba o postavení muškátů v rakouských staveních.

Pokud jde o venkovskou klasiku, je nutné se podívat na to, kde se pelargonie pěstovaly, a to speciálně v zimě. Dávaly se mezi dvojí okna, nebo se pěstovaly v chladnějších místnostech. To je přesně to, co pelargonie v zimě potřebují – pokles teploty. Je tedy jasné, proč se v bytech s ústředním topením pelargoniím nedaří. V Rakousku mají výhodu v tom, že tam exis-

tuje zahradnictví, kde pelargonie za úplatu přechovávají.

Kde má vlastně tato kráska domovinu? Odkud pochází?

Ty krásky, které běžně pěstujeme, bychom v přírodě nikde nenašli. Byly vyšlechtěny z druhů, které rostou v oblasti Kapska v Jihoafrické republice.

Vaše botanická zahrada však postupem doby získala celou řadu vzácných muškátů a dnes disponuje velkou sbírkou. Odkud některé rostlinky jsou a jaký si s sebou nesoú příběh?

Sbírka pelargonií v naší botanické zahradě v Troji zahrnuje jednak nejrozličnější odrůdy a křížence – to jsou ty pelargonie, které se obvykle pěstují, a dále původní druhy, které se vyskytují v přírodě. Rostliny získáváme výměnou s ostatními botanickými zahradami i soukromými sběrateli nebo nákupem ve specializovaných školkách. Pěstujeme je také ze semen. Za nejhezčí příběh považuji získání jedné sto let staré odrůdy páskaté pelargonie. Dostali jsme ji od jedné návštěvnice, které ji daroval její tatínek, a sama ji dlouhá léta pěstovala.

Kolik druhů je u nás nejrozšířenějších?

U nás se nejvíce pěstují různé kultivary pelargonie páskaté – to jsou ty vzpřímené, a pak převislé pelargonie břechtanolisté. Často jsou k vidění i různé muškáty s vonnými listy. V poslední době bylo vyšlechtěno mnoho dalších skupin kultivarů. Další skupinou jsou





velkokvěté pelargonie. Na původní druhy se orientují spíš specialisté.

Umíme je správně pěstovat?

Myslíme si, že to docela umíme. Původní druhy rostou ve velmi rozdílných podmínkách, některé se vyskytují v polopouštích, jiné na celkem zastíněných místech. Tomu je nutné podmínky pěstování přizpůsobit.

Pro naše babičky byly muškáty letní samozřejmostí. Proč právě ony? Proč květináč s pelagonií na okně, na dvorku, někdy i u chlívků?

Pelargonie jsou pohledné rostliny, a pokud jim poskytneme ten již zmíněný pokles teploty a zálivky v zimě, rostou celkem spolehlivě. Ještě je třeba se zmínit o muškátech s vonnými listy, které se pěstovaly proto, aby odpuzovaly obtížný hmyz. Byly to jedny z prvních pelargonii, které se na vesnicích pěstovaly.

Dnes přinášejí k našim obydlím hlavně pohodu, klid, trošku vzpomínek, naučili jsme se vnímat jejich blahodárnou krásu, těšit se z nich. Je to balzám pro duši. Souhlasíte?

Ano, přesně tak. Tu pohodu nám přináší nejen jejich vzhled, a u některých odrůd i vůně, ale také práce s nimi a péče.

I mezi velmi vytíženými ženami, které podnikají nebo zastávají vysoké manažerské pozice, je hodně těch, které odpočívají mezi květinami, zdokonalují se v jejich pěstování, studují jejich léčivé účinky. Pro vás je pelargonie spíše práce, nebo koníček?

Myslím, že mohu mluvit i za kolegyně, se kterými se právě pelargonii věnujeme, pro nás je to spíš koníček. Osobně mám na starosti část sbírky s původními druhy a stále se snažím získat ty, které nám ve sbírce chybějí.

Tyto květiny se využívají v bylinářství i pro výrobu parfémů. Co je z nich nejcennější?

Za nejcennější je určitě považovaná geraniová silice, která se získává z několika druhů – *Pelargonium radens*, *P. capitatum*, *P. graveolens* a *P. odoratissimum* a jejich různých odrůd. Má široké uplatnění v kosmetice, parfumerii, aromaterapii apod. Dalším příkladem je farmaceutické využití druhu *Pelargonium sidoides* k léčbě dýchacích potíží, zejména zánětu průdušek.

Kde všude a kdy budeme moci vaši unikátní kolekci pelargonii vidět?

Mnoho odrůd pelargonii každoročně vystavujeme venku v botanické zahradě, jde především o páskaté, břechtanolisté a velkokvěté, v části zahrady věnované užitkovým rostlinám uvidí návštěvníci mnoho muškátů s vonnými listy. Ve sklenících Fata Morgana a Svět sukulentů jsou vysazené některé původní druhy. Další druhy představujeme na příležitostných výstavách.



Množíte muškáty a je možné i některé u vás zakoupit?

Pelargonie pochopitelně rozmnožujeme hlavně pro potřeby botanické zahrady. Přebytky prodáváme ve stáncích v botanické zahradě, ale je to opravdu jen příležitostně. Více příležitosti k nákupu mají návštěvníci při Muškátové burze, kterou pořádá Specializovaná základní organizace Českého zahrádkářského svazu Pelargonie v botanické zahradě každý rok.

A budete sbírku dále rozšiřovat?

Stále se o to snažíme. Získání dalších původních druhů je stále obtížnější, protože jde o vzácné a málo pěstované rostliny. Pokud jde o odrůdy páskatých, břechtanolistých a velkokvětých pelargonii, tak tady je situace jiná, stále se šlechtí další zajímavé odrůdy a pochopitelně držíme krok s dobou.

ptala se Eva Brixí

Život má být sladký



Josef Maršálek

Sednout si a v klidu si dát něco sladkého, jen tak, pohladit duši veršem z mouky, cukru, tuku, čokolády, vajec, koření, kávy, tvarohu, máku, ořechů. Proč ne? Ostatně jíst zakázané ovoce chutná nejvíc. Je to radost z pokušení, promenáda drobných požitků, které k hříšným nádobám patří. Klaním se před cukráři, kteří tvoří bílkové kopce snů, čokoládové loužičky s tajemstvím uvnitř a dorty, před nimiž se člověk tají dech, když se krájí. Já pečou ráda, ale nesnáším pravidla. Víím, že v řemesle je to nepřípustné a že mistr by mne nepochválil. Jenže já experimentuji, protože experiment je pro mne otazník a koření života. A kdesi v hlavě, žaludku i srdci mám k tomu všemu navždy ukryté ty chutě a vůně štrůdlů, koláčů, cukroví, kremrolí a šlehačkových piškotových indiánků mojí babičky, která se nakonec nestala operní pěvkyní, ale vynikající kuchařkou a cukrářkou naší mlsné rodiny. Výsledky mých pokusů jsou však jiné, je to nekonečno neznáma, detektivka s nepředvídatelným koncem. Možná je dnes jiná vanilka, skořice, hřebíček, jiné máslo, jiná mouka, jiný spěch, jiný čas. Kdo ví. Těším se, až věda konečně přizná omyl v zásadách zdravé výživy a lidstvo zajasá, protože mouka, tuk a cukr se konečně stanou celebritami v našem jídelníčku. Pak se dám na cukrařinu. Nevím ale, jestli by mi Josef Maršálek požehnal...

Proslavil jste se jako cukrář, který tvoří zázraky. Příznivci oboru žasnou nad kreativitou, již hýříte, a ti, kteří do tajů tohoto umění pronikají, se rádi přiučí. Nepřicházíte o své know-how?

Děkuju za kompliment. S těmi zázraky si nejsem příliš jistý, nicméně je pravda, že ve svém oboru toho skrývám pramálo. Vydal jsem tři úspěšné knihy a čtvrtá autorská je na cestě. K tomu se připravují další dvě, na kterých jsem se významnou měrou podílel. A právě tam odhaluji to své know-how. Věřte mi, do hrobu si nikdo z nás nic nevezme. Všichni, jak

jsme tady, dojdeme mnohem dále, když budeme spolupracovat.

Napekl a nazdobil jste se už hodně. Nebojíte se, že se vám sladké řemeslo přejí? Co když se z vás stane třeba vyhlášený sadař s nejlepším angrěstem nebo hruškami široko daleko?

Miluju to, co dělám. Svou práci jsem si vybral, vydupal a utekl kvůli ní z domu. Když jsem jako čerstvý cukrář u rodičů Patrika a Kristýny Schickových začínal v roce 2002, ihned jsem poznal, jak časově a fyzicky namá-

havá práce to je. Už tenkrát jsem si řekl, že to zvládnou tak dvacet let a potom se vrátím k práci kantora. Že to bude skrz televizi a další média, jsem netušil. A sadaři jsme s partnerem také. Hrabání v zemi miluju.

Teprve po gymnáziu jste se vyučil a absolvoval Vysokou školu hotelovou v Praze. Proč jste se tehdy pro „vejšku“ rozhodl?

Po gymnáziu jsem rok učil na základní umělecké škole, poté si dálkově dodělal výuční listy na cukrářské a také kuchařské škole. Ta VŠ byla trochu z „nudy“ a trochu víc jako splnění snu o vysokoškolském studentovi mým rodičům. Ti po tom toužili. Bylo to jedno z nejlepších rozhodnutí v životě.

A k čemu vám tato vysoká škola v profesi pomohla? Byl to titul, který se občas při referencích hodí, byly to teoretické znalosti, bez nichž se dobré řemeslo neobejde, byly to informace, kontakty?

Takhle. Titul jsem dodnes nepoužil. Za deset let jsem napsal tři výhrůžné e-maily, kde jsem se jako Ing. podepsal; ale to bylo spíše jako vyústění jisté frustrace ze situace. Určitě mi dala informace, a to zejména z oborů, které prvoplánově s gastronomií či hotelnictvím nemají nic společného. Opak je ale pravdou. Dlouhá léta jsem si myslel, že mi dala také přátelství. To se ale ukázalo jako omyl a také jako životní lekce. A za tu jsem moc rád.

Nač v souvislosti s vysokoškolským studiem vzpomínáte? Měl jste hodně průšvihů? Nebo jste byl spíše vzornas?

Tak tady je to jasné. Školu jsem od začátku studoval dálkově. Po prvním roce jsem se odstěhoval do Anglie, kde jsem nakonec zůstal desetiletí. VŠH jsem tedy dělal dálkově a byl jsem jediný ve třídě, který do školy na konzultace nejezdil autobusem či autem, ale létal Airbusem. To se hodilo zejména ve zkouškovém období. Mohu tady prohlásit s čistým štítem, že soustředění jsem i přes tu dálku nevynechal jedině.

Co byste poradil mladým lidem, kteří by chtěli uspět v gastru a hotelnictví?

Je to běh na dlouhou trať. Není to sprint, ale maraton. Na jeho konci ale čeká spravedlivá odměna. Gastronomie je lidská nutnost, potřeba. Hotelnictví je přidaná hodnota k lidskému bytí, požitkářství. Jsou to nádherné obory, ve kterých jste v kontaktu s živými lidmi a probíhá neuvěřitelné množství interakcí a setkání. Je to obrovská škola života a pamatujte si, že „sloužit“ zákazníkovi je privilegium. Kromě businessu, dobrého pocitu či poci-

tu důležitosti mohou vzniknout i přátelství na celý život. A o tom ty naše krásné obory jsou. Radou tedy je vyzbrojit se trpělivostí a pokorou, a vydržet. Tvrdě makat do třiceti, zúročit zkušenosti do čtyřiceti, vybírat si do padesáti a užívat si hned potom.

Myslíte si, že i v době pandemie covid-19 jde stále o perspektivní obory? Platí zde, že krize přináší příležitosti?

Absolutně. Právě krize je jako poloplná sklenice s vodou. Chcete-li vidět hrozby, uvidíte je. Mě téměř patnáct let v zahraničí naučilo vnímat ten náš krátký život jako jednu obrovskou příležitost a dar. Každá krize přináší vítěze a poražené, a většinou je to na nás, na které straně se ocitneme. Buď budeme na každém řešení hledat problém, anebo vyhrneme rukávy a začneme chytře makat.

Jste svým způsobem světoběžník, volno-myslenkář, nespoutaná energie. Nyní jste zakotvil v České republice a zahradničíte. Jaké jsou vaše další aktivity?

Miluju svou rodinu, život na vesnici, svou práci. Píšu knihy a scénáře, konzultuju podniky u nás i v zahraničí, pracuju pro ČT, miluju čas na zahradě, u bazénu nebo u moře. Jsem také hrdý ambasador pro dorty L'Chefs, Globus a Madetu. Známe mám po celém světě a k těm se rád vracím. Chystám několik vlastních projektů, na kterých spolupracuji s krásnými lidmi, jichž si moc vážím.

Nechtěl byste podnikat? Mít voňavou cukrárnu v recepci zubní kliniky? Nebo zahradní kavárničku s neobyčejnějším porcelánem, do kterého by se servirovaly ovocné a květinové, možná i zeleninové dezerty? Chodila bych si tam číst v podvečer vaše knihy... Ale myslím, že jste už na tuto dráhu vstoupil...

V gastronomii se dá podnikat i bez kamenné prodejny, jde o to najít ten správný úhel pohledu. Je možné, že až budu obklopen těmi pravými lidmi, bude i kamenná cukrárna.

Tři roky jsem živnostníkem na volné noze. Bylo to obtížné rozhodnutí, neboť před tím, než jsem se takto osamostatnil, jsem utratil veškeré úspory v cizí firmě. Neměl jsem na zaplacení nájmu. Věděl jsem ale, že takhle to dál nepůjde. Vsadil jsem vše na jednu kartu a zariskoval. No a teď tady sedím s vámi. A se zubaři jen zadobře :)

Jaký názor máte na českou cukrařinu? Umíme, nebo ne?

Umíme. Někde lépe, jinde hůře. Vidím obrovský prostor pro zlepšení, a snad to vidí i mí

kolegové. Většina krásných a zajímavých projektů skončí, neboť laťka je příliš nízká. Posunul bych ji o půlmetr výše. To by se děly věci, panečku. A zákazníkům bych poradil, že pokud nejsou spokojeni se svým cukrářem či cukrárnou, tak at je vymění. Tečka.

Každý výživový poradce, každý lékař vám řekne, že sladkosti ničí naše zdraví, a doporučí vše, jen ne sladké! Nepřehánějí? Nevidí to jen černobíle? Vždyť upéct si domácí buchty s tvarohem, a ještě vlahé

ochutnat, nebo zajít do cukrárny a dát si nadýchanou laskonku, to je pro duši mimořádný zážitek. A to přece potřebujeme! Pochutnat si na životě, občas, a nejen dobrými skutky...

Dva neznámější čeští výživoví poradci seděli vedle mě. Jeden na křtu a druhý na natáčení v radio programu. Jeden snědl celý čokoládový dort a druhý dvě kila Ruby čokolády. Život má být v rovnováze. Cukr je součástí rovnováhy, ať chcete, nebo ne. V takové či jiné formě ho nalezneme téměř všude. Život má být sladký. Nechť tedy je.

otázky připravila Eva Brixí

Gastronomie je lidská nutnost, potřeba. Hotelnictví je přidaná hodnota k lidskému bytí, požitkářství. Jsou to nádherné obory, ve kterých jste v kontaktu s živými lidmi a probíhá neuvěřitelné množství interakcí a setkání. Je to obrovská škola života a pamatujte si, že „sloužit“ zákazníkovi je privilegium.



Posílení rovnosti žen na trhu práce je podmínkou ekonomického oživení

Mezinárodní asociace ACCA (The Association of Chartered Certified Accountants) považuje posílení rovnosti žen na trhu práce – a jejich rovný podíl na ekonomickém oživení po pandemii koronaviru – za nezbytnou podmínku ekonomického růstu. Zásadám rovného přístupu by mohla pomoci důsledná aplikace Gender Responsive Budgeting (GRB). Využití principu GRB vládami jednotlivých zemí je podle ACCA o to důležitější, že ženy byly vinou pandemie na trhu práce tvrději postiženy než muži. Uplatnění GRB je důležité i pro Českou republiku, kde stále přetrvává výrazná nerovnost v odměňování mužů a žen. Rozdíl ve výdělích mezi muži a ženami činí závratných 20,1 %, což je jeden nejvyšších rozdílů v rámci států Evropské unie.

Přestože ženy představují celosvětově 39 % všech zaměstnanců, měla na ně pandemie na trhu práce daleko tvrdší dopad. Z těch, kdo ztratili pracovní místo právě v důsledku pandemie, tvoří 54 % žen. „Je to evidentní, ženy v důsledku pandemie neúměrně utrpěly a důsledná aplikace Gender Responsive Budgeting může pomoci zajistit, aby tyto nerovnosti byly sníženy v rámci procesu ekonomického oživení. Aby mohlo GRB efektivně fungovat, vyžaduje to politické odhodlání, dostatečné přidělení zdrojů a silný rozvoj kapacit na všech úrovních,“ řekla Viera Kučerová, ředitelka ACCA pro Česko, Slovensko a Maďarsko. Vyplyvá to ze studie ACCA Gender Responsive Budgeting, která byla publikována letos v březnu a vznikla na základě rozhovorů s experty na přípravu rozpočtů. Principem Gender Responsive Budgeting (GRB) je posouzení dopadů aktivit, které ovlivňují ekonomiku a společnost – včetně legislativy, hospodářské politiky a různých vládních programů – na ženy a muže. A to ve všech oblastech hospodářství na všech úrovních. Cílem je zajistit, aby ženy a muži měli stejný prospěch z realizovaných ekonomických aktivit. A – což je podstatné – aby se přitom zachovala rovnost. GRB se snaží zlepšit rovnost mužů a žen a posílit postavení žen v ekonomických a sociálních záležitostech.

Pro použití GRB existuje silný ekonomický impulz. Pokud by muži a ženy měli na trhu práce stejné podmínky, pak by podle dat zveřejněných na Světovém ekonomickém fóru byla americká ekonomika větší o 8,7 %, francouzská ekonomika dokonce o 17 % a japonská ekonomika o 14 %,“ vysvětlila Viera Kučerová. Participace žen na trhu práce je důležitá z ekonomického hlediska i v České republice, například z důvodu potřeby druhého příjmu do domácnosti. Umožnění lepšího zapojení žen na trhu práce za rovných mzdových podmí-



foto Kateřina Šimková

nek s muži přinese i růst příjmů domácností, a tedy i vyšší spotřebu. Ta bude stimulovat rychlejší ekonomické oživení. V konečném důsledku to povede i k vyššímu příjmu státního rozpočtu v podobě daňových výnosů.

V České republice máme jeden z nejvyšších rozdílů v odměňování

Celkový rozdíl ve výdělích mužů a žen činí v České republice 20,1 %, mezi členskými státy EU jsme tak na tom, hned po Estonsku a Německu, nejhůře. Zatímco v zemích západní Evropy se nerovnosti v odměňování mužů a žen na stejné pracovní pozici pohybují nejvýše okolo 5 %, u nás jsou ženy za stejnou práci u stejné zaměstnavatelské organizace odměňovány v průměru o 11 % méně než muži. Řadíme se tak k zemím, jako je Jižní Korea nebo Japonsko. Nejvýznamnějším důvodem nižších platů žen je, že častěji pracují v méně placených oborech, jako je zdravotní a sociální péče, prodej nebo vzdělávání. Naopak muži se uplatňují v lépe placených zaměstnáních v oblasti technologií, stavebnictví, vědy či finančnictví (podíl mužů je zde vyšší než 80 %). Ženy je také pomálu na vedoucích pozicích. Z údajů Eurostatu vyplývá, že na pozici výkonných ředitelů

podniků je méně než 6,9 % žen a že ženy v manažerských funkcích jsou platově nejvíce znevýhodněny, na hodinu vydělávají o 23 % méně než muži.

Principy Gender Responsive Budgeting

Aby bylo ekonomické oživení a obnova světové ekonomiky stejně spravedlivá k mužům i ženám na trhu práce, doporučujeme, aby vlády jednotlivých zemí přehodnotily politiky hospodářské obnovy a zahrnuly do nich principy GRB. Asociace ACCA zpřístupnila sadu nástrojů, které mohou pomoci aplikaci GRB do jejich každodenních rolí a odpovědností. ACCA věří, že odborníci v oblasti financí veřejného sektoru mají zásadní roli při podpoře vlády a politiků tím, že jim poskytují potřebná data a nástroje k efektivní implementaci GRB. Zásady GRB lze použít ve všech odvětvích ekonomiky a společnosti, včetně dopravy, zdravotnictví, vzdělávání, zaměstnanosti a mnoha dalších. „Profesionálové ve veřejných financích mají nezastupitelnou roli v každé fázi řízení – od počáteční analýzy a návrhu rozpočtu až po audit v závěrečné fázi. V každé fázi by se

měli řídit principem GRB. Účetní profese, profesionálové v oblasti financí mohou a měli by hrát klíčovou roli při zajišťování toho, aby se politici zavázali k rovnosti žen a mužů a používali GRB jako nástroj její účinné implementace,“ řekla Viera Kučerová, ředitelka ACCA pro Česko, Slovensko a Maďarsko.

Aby GRB fungovalo, musí vláda:

- Shromažďovat a analyzovat údaje v členění podle pohlaví, aby bylo možné zjistit, kde se nacházejí problémy s rovností, a mohla být efektivně zacílena hospodářská politika.
- Zajistit institucionální kapacitu – nabídnout školení zaměstnanců a rozvoj managementu, aby měly i ženy rozhodovací role a rovné místo.
- Mít přístup k vládním rozhodnutím se silnou koordinací mezi ministerstvy financí a příslušnými ministerstvy jednotlivých zemí. Tak, aby bylo zajištěno, že proces řídicí se pravidly GRB bude probíhat na každé úrovni.
- Spolupracovat s veřejnými institucemi, jako jsou kontrolní instituce a zákonodárci, aby byl zajištěn řádný přezkum a audit rovných příležitostí mezi pohlavími. (tz)

Postoj k home office se mění

Dlouhodobý home office v mnoha firmách ukazuje, že není úplně jednoduché pracovat z domova. Řada firem nezvládá udržet motivaci lidí a jejich vedení. Bez neformální firemní komunikace vážně sdílení informací, mnoho lidí si stěžuje na to, že jim práce mnohem více zasahuje do soukromí, než když odcházejí do práce.

Ukazuje se, že záleží nejen na předpokladech zaměstnanců, schopnostech jejich managementu, ale i nastavení firemní kultury jako takové. Podle nedávného průzkumu HR Pulse společnosti Profesia mezi českými firmami není 33 % zaměstnanců na home office spokojeno. Více než pětina pracovníků chce pokračovat v práci z domova trvale, přes 35 % pak tuto možnost chce využívat více než před covidem. Na home office se v poslední době zaměřilo mnoho průzkumů, které přináší velmi rozdílné výsledky. Na jedné straně tvrdí, že práce z domova nevyhovuje více než polovině zaměstnanců, na druhé straně to, že více než polovina lidí se domnívá, že jsou při práci z domova podstatně produktivnější. „Ukazuje se, že společnosti, které mají otevřenou firemní kulturu, snášejí home office mnohem lépe. My razíme Open Book Management, jehož základním

principem je sdílení. Je důležité být se zaměstnanci v kontaktu, pravidelně se vídat a otevřeně komunikovat o všem, co se ve firmě děje,“ řekla Janka Pacinová, ředitelka Accace for People. Řadě lidí práce z domova vyhovuje. Umějí si uspořádat svůj čas, navíc odpadá dojíždění do práce. Podle nedávné studie Vysoké školy technické a ekonomické je doma efektivnějších přes



51 % zaměstnanců. Přesto se u mnoha lidí s prodlužující se dobou práce z domova se začíná projevovat další problém – práce jim čím dál tím více zasahuje do soukromí. Rozvolnění pracovní doby u nich sklouzává v to, že práci prokládají jinými činnostmi, takže se jim roztáhne na prakticky celý bdělý čas. „Při práci z domova je velmi důležitý time management a sebekázeň. Schopnost určit si nejen dílčí cíle, ale i někam

směřovat, nyní odděluje ty, kteří svou práci bez problémů zvládají,“ řekl Jan Dvořák, výkonný ředitel Počítačové školy GOPAS. „Umění organizovat si svůj pracovní čas bez dozoru nadřízeného, rozvrhnout práci tak, aby odpovídala součinnosti s ostatními členy týmu, to jsou dovednosti, které se dají naučit.“

Větší podíl práce z domova bude pravděpodobně jednou z věcí, která přetrvá i po odeznění pandemie. Firmy přehodnocují svůj systém fungování a ukazuje se, že vzdáleně je možné vykonávat podstatně větší množství činností, než připouštěly dříve. Lze očekávat, že podíl lidí pracujících z domova se bude po návratu do normálních podmínek zvyšovat. „Podle našeho průzkumu HR Pulse mezi českými firmami není 30 % zaměstnanců na home office spokojeno, cítí větší stresovou zátěž, nebo jsou dokonce nešťastní,“ uvedl Michal Novák z pracovního portálu Profesia.cz a dodal: „Téměř stejný podíl lidí ale tento způsob práce vítá, protože jim odpadá dojíždění a mohou si den uspořádat tak, jak jim to vyhovuje. Více než pětina pracovníků chce pokračovat v práci z domova trvale, přes 35 % pak tuto možnost chce využívat více než před covidem. Očekává se proto vzestup takzvané hybridní práce, která kombinuje přítomnost na pracovišti a home office.“ (tz)

INZERCE



JAP DETAIL ROZHODUJE

Stavební pouzdro – PROFIKIT komfort



- určeno pro SDK příčky
- snadná manipulace na stavbě
- malé přepravní rozměry

www.japcz.cz

Na každých tisíc obyvatel v Česku připadá skoro 49 firem

I přes nepříznivý stav tuzemské ekonomiky v ČR firmy přibývají rychleji než obyvatelé. Koncem roku 2019 na každých tisíc obyvatel připadalo 47,1 firmy, aktuálně to je 48,9. Z celorepublikového průměru vyčnívá Praha. V hlavní městě má sídlo 44 % firem, a na tisícovku obyvatel je tak registrováno přes 172 společností. V ČR je aktuálně registrováno 522 550 společností s ručením omezených a akciových společností a 2 151 000 OSVČ. Data v dubnu zveřejnil Bisnode A Dun & Bradstreet Company, leader v informacích a analytikách o firmách.



„Rozložení podnikatelské základny firem k počtu obyvatel je v České republice nerovnoměrné. V celé zemi na tisíc obyvatel připadá 49 firem, nicméně nad celorepublikový průměr dosáhne jen Praha (172) a Jihomoravský kraj (51). Business se tak koncentruje kolem největších metropolí – hlavního města a Brna,“ potvrdila analytička Bisnode A Dun & Bradstreet Company Petra Štěpánová s tím,

že nejméně firem na obyvatele vykazuje Vysočina a Ústecký kraj.

„Přestože je Praha dlouhodobě nejatraktivnějším místem pro podnikání a je zde registrováno přes 228 000 společností s ručením omezeným a akciových společností, nejvyšší počet firem na tisíc obyvatel jsme zaznamenali v roce 2018,“ dodala Petra Štěpánová. Ve srovnání se společnostmi s ručením omeze-

ným a akciovými společnostmi počty živnostníků v jednotlivých krajích výrazně lépe kopírují počty obyvatel, nicméně Praha se opět vymyká průměru. Na tisíc obyvatel České republiky aktuálně připadá 201 fyzických osob-podnikatelů, v Praze to je 276. Kromě hlavního města nad průměr ČR dosáhl také Liberecký (212), Jihočeský, Královéhradecký s Středočeský (shodně 204). (tz)



Fejeton

Retro

Každá doba má své favority a své otloukánky. Oblíbené životní postoje, zábavy, sporty, slova a používaná klišé, své lásky a běsy. Jsme, aniž si to vlastně uvědomujeme, v zajetí konvencí, zaještěných vzorů, z nichž některé se vyznačují dlouhověkostí a stálostí, jiné krátkým dechem. Už je tomu pár let, co nám nostalgická vlna vyvrhla do povědomí módu retra. Najednou si ceníme u nakupovaných potravin, že vypadají jako tenkrát a že byly vyrobeny podle československých státních norem z padesátých a šedesátých let – uzeniny, cukrovinky, produkty mléčné výživy... Velké obchodní řetězce, symbol kapitalistické spotřební společnosti, se předhánějí v tom, kdo více a lépe připraví nabídku, která jako by vypadala z prodejny Pramen, Včela, Jednota, OD Máje a Kotva z normalizovaných let socialismu. Dokážu to pochopit. A co víc, sám mám slabost pro takové návraty do minulosti. Nepochybují o tom, že retro mánie se tu zvala v reakci na současnou přesycenost nabídky všeho možného a nemožného. Lidé, zejména ti dříve narození, tedy pamětníci, už jsou zmoženi záplavou zboží cizokrajního i jiného původu, a často si s tím nevědí rady. Přesto, že před víc než třiceti, čtyřiceti lety vzdychali nad propašovanými katalogy zásilkových domů Neckermann a Quelle v touze

mít taky takový výběr. Dnes se ztrácejí v labyrintu regálů hypermarketu a po hodině marného hledání soli, cukru či mouky mezi milióny věcí, které nepotřebují, zatouží být nazpět v chudických padesátkách.

Ono je to nejen tou překrmeností, ale i krátkou a selektivní pamětí. Pepík v hospodě se nad půllitrem piva rozteskní a málem s brekem zavzpomíná, že tenkrát stála Plzeň 2,80 a deset deka gothaje 3 Kčs. „Panečku, to byly časy!“ Ale už mu nedojde, že vydělal desetkrát méně než dneska a z výplaty mu bez ptaní ještě strhli na známku KSČ a ROH.

O tehdejší kvalitě výrobků a služeb také dnes pánují značně zkrácené představy. Ale má smysl připomínat, jak se tenkrát nakupovalo, a hlavně shánělo to, co nebylo na pultě, ale pod ním, a úspěšný nákup byl odvislý od toho, jestli jste měli známého řezníka, jestli jste to „uměli“ s místním zelinářem a jak velký tuzer jste byli ochotni dát instalatérovi.

Zákazník tehdy nebyl pán, ale prosebník, odkázaný na milost a nemilost znárodněného obchodu. Neexistovalo, že by si ovoce a zeleninu sám vybral, zvážil a ocenil. Pokud se prodavač špatně vyspal, nasypal vám do papírového pytlíku poloshnilé brambory, potlučená jablka a unavený salát, jenž si musel povinně poležet řadu dní ve skladu, než ho dopravili do prodejny. A cenu rovněž stanovila žena za pultem, nepochybně vždy ve svůj prospěch.

Mohl bych psát dlouho a zešířoka o tom, jak se dřív nakupovalo obyčejným lidem, kteří museli

vyjít se skromným příjmem a neměli co nabídnout jako protihodnotu. Páni sice tenkrát neměli banky, fabriky, nabitě prkenice, ale pod rukou úzkoprofilové zboží a dobré známosti, bez nichž se nedalo pořídit téměř nic. Nenakupovalo se, vyměňovalo.

Ne, já nezapomněl a rozhodně se mi po těchto dřevních dobách nestýská. Stejně jako mým stejně citícím vrstevníkům. A přesto i já jsem dnes retro. Ne že bych přivoloval zašlé zlaté časy. Jen mi konzerva lančmítu se starým potiskem připomene dětství a mládí. Jak jsem chodil k Brdčákům s бутelkou pro mlíko, které mlékařka nabírala z veliké konvice. Jak jsem u nich dostal pecen buď černého, nebo světlého chleba, vejražku, který byl ještě teplý a voněl pekárnou. Jak jsem si od cesty mohl koupit tabulku mejdlíčka, z kterého se mi dělaly bubliny v nose.

Vím, že je v tom marná snaha přivolat na chvíli bezstarostnost dětských let, milé tváře blízkých, kteří dávno odešli na druhý břeh, naděje do budoucnosti, která se teprve měla stát. Koupit ji nelze, zůstává navždy jen ve vzpomínkách. Zidealizovaných, notně zkrácených a zcenzurovaných, takových, které chceme mít. Vůbec nezáleží na tom, že nám teď nic nechybí a vše, po čem jsme toužili, máme snadno na dosah ruky. Patří to k určitému věku, který už nemůže nic toužebného očekávat a vše „důležité“ se odehrálo. Že to je jen klam našich myšlenek? No jistě, jako všechno. Ale to už je jiný příběh.

Pavel Kačer

Jak chutná inovace kefíru i obalu

Vyvážená strava by měla být součástí našeho jídelníčku. Protože čím se o sebe lépe postaráme v rámci prevence, tím odolnější budeme v případě nejrůznějších onemocnění. Kysané výrobky patří ke stálícím v sortimentu Mlékárny Valašské Meziříčí. Kefírová mléka nízkotučná a Acidofilní mléka z Valašska patří mezi její nejprodávanejší produkty. Vyrábí je ve variantách ochucené i bílé. Zvyšující se poptávka po nové příchuti inspirovala Mlékárnu Valašské Meziříčí k vytvoření Kefírového mléka nízkotučného citron, bezový květ.

„Acidofilní a Kefírová mléka z Valašska jsou velmi oblíbená, proto jsme se rozhodli reagovat na rostoucí poptávku po nové příchuti a přicházíme na trh se svěží variantou Kefírového mléka nízkotučného citron, bezový květ,“ řekla Radka Benešová, Marketing manager Mlékárny Valašské Meziříčí. „Novinka je navíc v ekologickém obalu šetrném k přírodnímu prostředí. Baleno je v kartonu, který je přátelský k životnímu prostředí. Tento obal se vyznačuje například sníženou uhlíkovou stopou, nižší hmotností oproti běžným obalům nebo například menší spotřebou chemikálií při výrobě,“ doplnila Radka Benešová. Kysané výrobky jsou vesměs mléčné výrobky, u kterých byla část mléčného cukru laktózy přeměněna účinkem speciálních bakterií mléčného



kvašení na kyselinu mléčnou a vlivem zvýšené kyselosti došlo k vysrážení bílkovin. Zakysání neboli odborně fermentace mléka je příkladem prodloužení trvanlivosti výrobků biologickou

konzervací. Při výrobě Acidofilního mléka je mléko zakysáváno tradiční zákysovou – smetanovou kulturou a kulturou *Lactobacillus acidophilus* s výrazně probiotickými účinky. Jde o bakterie mléčného kvašení, které výrazně ovlivňují pozitivní složení střevní mikroflóry, což zvyšuje obranyschopnost organismu. Acidofilní mléko dodává organismu ve větší míře také například vitamín B12. Chuť acidofilního mléka je oproti smetanovému zákysu výrazně kyselejší. Mlékárna Valašské Meziříčí vyrábí Acidofilní mléko v příchutích vanilkové s cereáliemi a lněnými semínky. Vyrábí také Acidofilní mléko plnotučné, které obsahuje 3,6 % tuku. Kefírová mléka jsou fermentované mléčné výrobky s bakteriemi a kvasinkami. Původně se připravovala podomácku z různých druhů mlék, dnes se vyrábějí spíše průmyslovou cestou s použitím zákysových kultur získaných přímo z tzv. kefirových zrn. Kefírové mléko je vyráběno buď jako ochucené jahodové, višňové či meruňkové s obsahem tuku 0,8 %, nebo přírodní, které obsahuje 1,1 % tuku. (tz)

INZERCE



ZD Všešary
Agriculture group

Vážíme si vlastních produktů ze Všešar

www.vsestary.cz

Jsme Zemědělské družstvo Všešary s láskou pečující o sebemenší kousek půdy, který nám byl s důvěrou svěřen do opatrování.

BOHEMIA FRESH

VITALTECH

Vital

AGROCHOV
Agriculture

Vitalkomodity s.r.o.

Vital
odborné družstvo



POMÁHEJTE SRDCEM

Sbírejte body v aplikaci ROSSMANN CLUB
a sami si vyberte, kterému příběhu
věnujete svůj hlas.



Více v aplikaci ROSSMANN CLUB



ROSSMANN
 **KDE
SRDCE
POMÁHÁ**