

Muž, který ví, co chce

Nová příloha Prosperity pro muže v nejlepších letech,
s nejlepšími úmysly, nejlepšími nápady a nejlepšími výsledky

Radan Jünger
Michal Vaněček
Jiří Dostál
Václav Friedmann
Roman Čížek
Petr Hanko

fresh
TIME®
PROSPERITA

Inovace v podnikání, a zejména je-li konkurenční, je nejlepším motorem, žene vás kupředu ruku v ruce s podnikatelskou odpovědností.

Podnikavost lze rozvíjet ve všech oblastech, já to přirozeně zkoušel v těch, kde mně to přinášelo radost a uspokojení, a to byla a je práce s lidmi. Tato je pak zároveň zdrojem významných podnětů.



Ing. Radan Jünger

ředitel a spolumajitel
Vysoké školy podnikání

rozhovor o vizích, vzdělanosti
a podnikavosti na str. 2, 3, 4

www.vsp.cz





Ing. Radan Jünger

Vzdělání je služba, rovněž také investice

Splnil se mi takový jeden profesní sen – mnoho měsíců jsem si přála připravit rozhovor s mužem, s nímž jsem se viděla jen dvakrát. Má intuice mne vedla správně – vytušila jsem, že je to osobnost, již musíte brát vážně. Člověk s nadbytkem energie, dostatečnou zkušeností i patřičným nadhledem, než aby neměl co sdělit. Na první pohled tak trochu tvrd'as odchovaný Ostravskem. Muž s charisma, jemuž těžko odhadnete věk i myšlenku. Odtušila jsem, že má rád čistou hru, a tak jsem si troufla. Troufla jsem si mlčet a čekat, až okolnosti nabídnou prostor přesto, že bývám zpravidla hodně netrpělivá.

Ing. Radan Jünger, spolumajitel Vysoké školy podnikání v Ostravě a její ředitel, a muž dalších podnikatelských aktivit, svolil posléze k následujícím řádkům. Pofoukal moji novinářskou ješitnost a potěšil zároveň. Podobně jako v den, kdy jsem se s ním setkala poprvé a získala informace o výuce k podnikavosti. Překvapil mne zároveň obrovskou barevnou kyticí, přiznám se, že největší v mém životě. Nemohla jsem ji unést, a tím rozpustileji jsem se radovala ze závislivých pohledů dam, které toužily po tomtéž. Zpět – nejde o květiny, na něž reagujeme všechny stejně bezmocně. Děkuji za pozvání do vysokoškolského prostředí, kde se o vzdělání přemýšlí v dimenzích budoucích potřeb ekonomiky.

Vlastnit prestižní vysokou školu je docela velká zodpovědnost, už vůči absolventům. Neděsí vás takový závazek?

Předně spoluvlastnit, jsme akciovou společností. Jistě, že děsí, a děsit musí každého reálného vlastníka, je to neoddelitelný prvek v podnikatelské roli – vlastnit. Naštěstí mám tuto roli již dlouhodobě zažitou, v oblasti podnikání se totiž pohybuji již 20 let. Zodpovědnost je to obrovská a nejen vůči studentům a absolventům, ale rovněž zaměstnancům, akcionářům a nejvíce asi vůči sobě a svým blízkým. Zejména v poslední době se mi spalo v tomto smyslu velmi špatně, než se škole opakovaně podařilo přesvědčit i Akreditační komisi o našich kvalitách.

Vysoká škola podnikání v Ostravě má rozpracovaný systém na to, abyste vyučovali předměty, které potřebuje praxe, boříte zvyklosti, jdete na výuku úplně jinak, než bývá zvykem. Není to zbytečná práce?

Jak pozoruji motivaci k bezplatnému studiu některých studentů na veřejných školách, tak občas ano. Teď vážně, zbytečné není nic,

u čeho jste přesvědčena, že je to jediná správná cesta, alespoň z dlouhodobého hlediska. Ty vnímavější dokážeme nadchnout již dnes, tomu odpovídá i vysoký zájem o studium na naší škole. Jedině synergickým efektem vzdělávacího procesu a praxe najde absolvent uplatnění na trhu práce.

Jaká je odezva studentů? A co akademická půda – pochopila „čas změny“? Jak reaguje konkurence?

Ti uvědomili to chápou hned, ostatní je třeba k tomu dovést, to platí i u některých akademiků. Konkurence vám řekne, že to již dávno dělá, ale v tom je ne jeden háček. O propojenosti výuky s praxí se hovoří dlouho, celá řada škol má systém povinně organizovaných praxí pro studenty, kdy informace nabitě v době studia ověřují na konci v praxi. U nás se však firmy snažíme vtáhnout do vzdělávacího procesu již od začátku a průběžně. Studentům tak nejsou vštěpovány jen informace, ale i opravdové dovednosti.

Napovídá mi to něco o vizi, inovativní myslí, touze dělat věci jinak. V jakých oborech máte ještě zkušenosti, poznatky, kde čerpáte podněty?

Myslím, že toto mě docela vystihuje. Kdysi jsem se totiž náhodou podrobil analýze významného ukrajinského psychoterapeuta, který mně v podnikání přisoudil roli vizionářskou a inovativní. Úspěch totiž spatřuji rovněž ve snaze odlišovat se a přicházet neustále s ně-



čím novým. Tím však nechci popřít významnost některých věcí dlouhodobě ověřených a funkčních.

Inovace v podnikání, a zejména je-li konkurenční, je nejlepším motorem, žene vás kupředu ruku v ruce s podnikatelskou odpovědností.

Podnikavost lze rozvíjet ve všech oblastech, já to přirozeně zkoušel v těch, kde mně to přinášelo radost a uspokojení, a to byla a je práce s lidmi. Tato je pak zároveň zdrojem významných podnětů. V tomto smyslu mně pak přinesla poznatky práce se zahraničními studenty v podobě agentury, kterou jsem před 14 lety založil a která organizuje studijní pobyty pro zahraniční studenty v ČR a internacionalizuje české vysoké školství.

Čím se tedy agentura zabývá a kdo jsou její zákazníci?

Společnost Go Study, jak název napovídá, realizuje studijní pobyty zahraničních studentů v ČR, je to taková Student agency naruby. Zákazníky jsou zahraniční absolventi středních škol, převážně rusky mluvící, kterým po pohovorech doporučujeme studium konkrétní VŠ v ČR. K přijetí a ke studiu je tak připravujeme. V poslední době jsou zákazníky i samotné VŠ, které dychtí po kvalitních zahraničních studentech a zejména aktuálně v době poklesu populační křivky tak mohou kompenzovat nedostatek studentů domácích. Ostatně do budoucna to bude jedna z cest řešení přebyteku volných kapacit na českých vysokých školách a slábnoucí populace. Půjde o to, abychom nabídli zahraničním zájemcům atraktivní možnosti studia tady, a zároveň přivedli mladé, vzdělané a ekonomicky aktivní a činorodé lidi do Česka.

Nadčasová myšlenka, myslím, že jste předběhl dobu. Být napřed je také dost odvážné, z mnoha důvodů... Riskujete rád? Dobrý business se prý bez rozhodnutí postavených na hlavu už neobejde...

Podnikání bylo a vždy bude o míře riziku, zisku a rizika. Snažím se je držet v rovnováze. S tím souvisí i odpovědnost, ke které jsem se již vyjadřoval.

A ještě – závistivci o soukromém školství mluví všelijak a udržet reputaci dá dost práce. Čím si VŠP drží laťku?

V prvé řadě jsou závistivci všude. Jedna věc vás však asi překvapí, nebo vlastně nepřekvapí... S nadsázkou řečeno, čím dál více se mně zdá podnikání v oblasti soukromého školství exponovanější a kontroverznější než třeba v oblasti narkotik v jihoamerické Kolumbii, kterou znám z filmového plátna.

Laťku si držíme díky našim klientům – studentům, kteří oceňují naši práci a naplňují smysl tím, že najdou adekvátní uplatnění na trhu práce – zajímavé a dobře hodnocené pozice. Rovněž jsme hrdí na to, že někteří z nich se stávají i zaměstnavateli.

Současná doba dává vyniknout řadě talentů, neobvyklým přístupům, hledání i nacházení vlastní cesty budoucím osobnostem. Někteří studenti či mladí lidé rádi vybočují z řady, a to je dobře. Když je však někdo pochopí a nepozorovaně se jich ujme, vede je, dokáže nemožné. Máte takové příklady?

Díky bohu mám a hned mě napadá několik příkladů. Většinu charakterizuje pracovitost, kreativita, houževnatost, nenápadnost,

zdravá bezohlednost, a zejména absolutně nová podnikatelská kultura, odlišná než ta, která vznikala po 90. letech. Osobně jsem tomu velmi rád, protože to po dlouhé době hází pozitivní stín na podnikání a podnikatele. Mimochodem na Vysoké škole podnikání, jehož název jsem vždy, díky vnímání podnikání veřejností, hodnotil spíše nešťastně, se dnes věnujeme i otázce nástupnictví v podnikání. Likvidace českých úspěšných společností prodejem, kdy majitelé jsou vyhořelí či zanedbali otázku svého nástupnictví, je v poslední době nemoc českého podnikání. Rádi bychom se na toto zaměřili. A v neposlední řadě, což by čtenáře mohlo zaujmout, se chci zaměřit na ženy – podnikatelky, které bychom chtěli ještě více podporovat a sdružovat.

Plyne mi z toho všeho, že fandíte nečekaným věcem, neobvyklostem, jste energií nabitý optimista. Přesto tak trochu obráceně – uvažoval jste někdy o prodeji Vysoké školy podnikání? A pak to přešlo a raději jste vsadil na rozvoj aktivit?

Překvapím vás, ale ano. Přesněji, její prodej těsně před úmrtím zvažoval můj otec (doc. PhDr. Josef Jünger, CSc.), který ji před 12 lety založil. Tehdejší spoluvlastníci neviděli jiného východiska poté, co náhle onemocněl. Měl tenkrát ještě mnoho plánů a nepřipouštěl si, že by je nemohl zrealizovat. Otázce nástupnictví a nahraditelnosti ve společnosti, jinak také součásti zodpovědnosti v podnikání, nekladl přílišnou významnost. Ovšem osud nebo spíše podnikavost

Likvidace českých úspěšných společností prodejem, kdy majitelé jsou vyhořelí či zanedbali otázku svého nástupnictví, je v poslední době nemoc českého podnikání.



tomu chtěla jinak. Dnes je chod Vysoké školy podnikání v dobrých rukou a před námi další plány. V současnosti se zaměřuji na vybudování silného řetězce škol v podobě poskytování víceúrovňového vzdělávání. V současnosti už nabízíme vedle studia vysokoškolského rovněž vyšší (VOŠ) a střední (Obchodní akademie) a připravujeme se i na základní. Všechny bude spojoval mimo jiné prvek výchovy k podnikavosti.

Dostala jsem onehdy otázku, zda by u vás ve škole mohl vystupovat mladý muž, aniž by se účastnil jakékoli výuky – prostě aby neztrácel čas, protože sám podniká. Přišel by jen ke zkouškám, případně by napsal práce, které je nutno připravit. Prý všechno umí, učil se sám dopředu pomyslně zvolené specializaci. Vycházíte vstříc i takovým individuálním přáním?

A není to nějaká provokace, nerekrutuje se tazatel někde z Plzně či Akreditační komise? Omlouvám se, to byla legrace, vaši otázku rozumím. Naopak je to zajímavé, míříte asi k tomu, jak se bude v dal-

ších letech vysoké školství vyvíjet. Myslím si, že technologický a informační pokrok během 25 let musí zákonitě pozměnit vzdělávací procesy ve školství a konzervativní pojetí kamenných univerzit. Budou to malé chytré multimediální komunikační přístroje propojené v síti internet, které budou postupně nahrazovat prostředí současných kamenných univerzit, kde doposud ještě někdo kontroluje docházku, domácí úkoly, kde se studenti hlásí, chodí k tabulím, navštěvují univerzitní knihovnu. Jestli to bude dobře, nebo špatně, to zjistí až historie s odstupem času. Každopádně se domnívám, že tuto revoluci nezastavíme. Ať už to dopadne jakkoliv, tak nikdy samostatnost, sebevzdělávání, pracovitost či samostatná dovednost nemohou stát proti konzervativnímu pojetí studia na vysoké škole a Vysoká škola podnikání bude takto podnikavé a cílevědomé studenty podporovat a vycházet jim vstříc. Ovšem vždy v souladu s platnými předpisy, zejména zákonem o vysokých školách.

Může soukromá vysoká škola podnikat ještě v nějakých dalších aktivitách, které by jí přinášely prostředky nutné například na investice, mzdy apod.?

Může? Musí! Zejména má-li v názvu podnikání. Držíme se hesla, že učíme to, co sami děláme. Oblastí se najde několik. To by mělo platit částečně i pro veřejné VŠ, které rok od roku pláčou, že mají málo finančních prostředků. V této souvislosti musím opět připomenout, že soukromé vysoké školy nedostávají od státu žádné dotace, na rozdíl od soukromých středních či základních škol. Není dne, kdy bych se nesetkal u lidí s mylným názorem, že soukromá vysoká škola dostává od státu peníze.

Na webových stránkách jste charakterizován slovy poradenství, vzdělávání a obchod. Spojení vzdělávání a obchod je u nás tenký led, řada lidí odmítá pochopit, že v době tržního hospodářství slovíčko obchod patří k většině aktivit. Jak to vnímáte?

Vzdělání je služba, rovněž také investice. V konkurenčním prostředí

musíte zákazníka zaujmout a získat. K tomu obchodní činnosti bezesporu přispívají. Asociace obchodu k mé osobě je však myšlena i jinak. Již několik let se věnuji zahraničnímu obchodu s různými komoditami, také jsem zahraniční obchod kdysi přednášel. Vidíte, přesně v duchu učíme, co sami děláme. A poradcem jsem ně-

kteřým zahraničním osobám, se kterými dlouhodobě spolupracuji. Příkladem byl před léty projekt rozšíření působnosti slovenské Panevropské vysoké školy do ČR.

Vzdělávání je nekonečno. Proč vás zaujalo právě ono? A učíte se sám něčemu – třeba dalšímu cizímu jazyku?

Možná právě proto, že je trvalé. Ale nečekejte, že vám teď odpovím, jak intenzivně se neustále vzdělávám, zejména čtením knih, coby ustálená fráze. Knihy byly kdysi jediným zdrojem informací, dnes je zdrojů více. Ještě důležitější jsou zkušenosti a dovednosti, příkladně já se takto učím i od svých spolupracovníků, zaměstnanců. Na Vysoké škole podnikání v současnosti působí mnoho zajímavých osobností. Je to pro mě obrovská čest a zkušenost s nimi pracovat.

Také jsem si přečetla, že máte rád lidi čestné, pracovité a trpělivé. Není jich u nás v poslední době nějak málo?

Klišé, není-liž pravda? Asi to z těch stránek, kde jste to četla, stáhnou. Kdo by měl

rád nepoctivé, lenivé či netrpělivé... No vážně, moc jich není, ačkoliv asi přiměřeně k době, místu a branži. Lepší to ale asi sotva bude.

Na druhé straně fandíte výjimečným autům, a to je o zrádné rychlosti, nikoli o trpělivosti...

Naopak, záleží na úhlu pohledu, od dětství mám automobily jako koníčka a vedle těch výjimečných jsem chodil jak mlsný kocour s tím, že si jednou na nějaké vydělám a koupím. Trvalo to dlouho, ale sen jsem si splnil.

otázkami se snažila lehce provokovat Eva Brixí

Klad'as, ctižádostivec, tahoun, zastrašovatel

Ne každý má to štěstí, že pracuje ve skvělém kolektivu. Někoho dohánějí k šilenství intriky a politikaření, jinému vadí zlozvyky kolegů a mezery v komunikaci, dalšímu zase podrážděné reakce na zadání úkolu. Zkuste si k sobě najít cestu. Posloužit vám k tomu může základní typologie osobností, kterou používají hráči pokeru, aby lépe porozuměli chování svého soupeře. Naše typologie si nedělá nároky na úplnost, i přesto se vám může hodit v zaměstnání stejně jako u karetního stolu.

Opatrný klad'as bez ambicí

Od kolegy tohoto typu rozhodně nečekejte žádnou velkou oporu v zádech. Nepočítejte s tím, že vám pomůže s náročným pracovním úkolem. Nerad riskuje, má rád řád a stereotyp. V zaměstnání zásadně plní pouze standardní pracovní povinnosti a nedělá nic nad jejich rámec. „Ve světě pokeru reprezentuje pasivní osobnost bez ambicí se slabou touhou vítězit. Jde vlastně o rekreačního hráče, který se u pokerového stolu chová podobně jako v zaměstnání. On nechce vyhrát, on se chce zúčastnit,“ potvrdila Adéla Pecháčková, úspěšná hráčka pokeru a nová tvář pražského Casina Ambassador.

Jak na něj: Nejlépe s ním vyjdete, když budete lehce dominantní a direktivní. S touto osobností komunikujte jednoznačně a přímočaře.

Ctižádostivý individualista

Tento spolupracovník má silný tah na branku a miluje náročné úkoly. Je to dominantní, rozhodný a ctižádostivý indi-

vidualista ochotný riskovat a nést odpovědnost za svěřený úkol. Hodí se dobře do krizových situací, protože si libuje v extrémech. Jeho cílem v pokeru je vyhrávat. „U hry neváhá bláfovat, ale činí tak schematicky, jako by hrál podle abecedy. Je proto snadno předvídatelný,“ popsala ředitelka Casina Ambassador Zdeňka Belecová. „V zaměstnání by nejraději trumfnil sám sebe, kolegy a dokonce i vlastního šéfa, pokud cítí, že nemá dostatečný prostor na realizaci svých pracovních cílů a nápadů. Tento typ osobnosti ochotně vstupuje do konfrontace a je silně identifikovaný s pracovním cílem,“ doplnila její slova Šárka Fričová, ředitelka personální agentury BeeConsulting. Jak na něj: S takovým spolupracovníkem nejlépe vyjdete, když mu dáte prostor, pocit nezávislosti a příležitost rozhodovat nebo vyřešit nějaký problém. Jednejte diplomaticky.

Flexibilní tahoun

Tento typ spolupracovníka zosobňuje sen řady kolegů i zaměstnavatelů. V pracovním prostředí bývá společensky obratný. Přesně ví, kdy má být rázný a kdy mírný a opatrný. Nechybí mu empatie a týmový duch. Zrovna tak dobře umí pracovat jako individualista, protože se dokáže elegantně přizpůsobit aktuálním požadavkům a potřebám. Tito lidé jsou ambiciózní, aktivní a spolehliví. Mají přirozený respekt u kolegů. Jsou vstřícní a v zaměstnání často jednájí z pozice neformální autority. Současně však patří mezi pragmatiky, kteří umí dobře klamat tělem, pokud si to žádají jejich zájmy. Jak na něj: Úmysly těchto lidí obvykle nebyvají v rozporu



s cíli týmu nebo firmy, takže z jejich osobního úspěchu profitují všechny strany. S takovým člověkem vyjdete bez problémů a velkého snažení, protože vám jde naproti.

Pasivní zastrašovatel

Tento pracovník by se dal popsat jako pasivní a nepříliš angažovaný kariérista, kterého zajímá rychlý postup ve firmě hierarchii více než samotná práce. Obvyčejně ho poznáte podle nabubřelého chování a arogantních řečí na stranu kolegů i šéfa. Nástrojem jednání bývá velmi často zastrašování, které ale není prostředkem k dosažení cíle, ale cílem samotným. Prostě to sedí k jeho osobnosti. „Když takový člověk cítí, že prohrává, okamžitě začne vyvolávat konflikty, neváhá zesměšňovat protistránu a rád vytváří atmosféru strachu. Člověku to sice leze na nervy, ale nesmí se nechat vyprovokovat k nepromyšleným tahům, ať už při pokeru, nebo v práci. Proti takové osobnosti se prostě snažím hrát s chladnou hlavou,“ řekla na závěr pětadvacetiletá tvář pražského Casina Ambassador Adéla Pecháčková.



Jak na něj: Jednejte asertivně a neberte si slovní útoky osobně. Podporu vám poskytnou i vaši kolegové. Pasivní zastrašovatel může být paradoxně skvělým stmelovacím prvkem týmu.

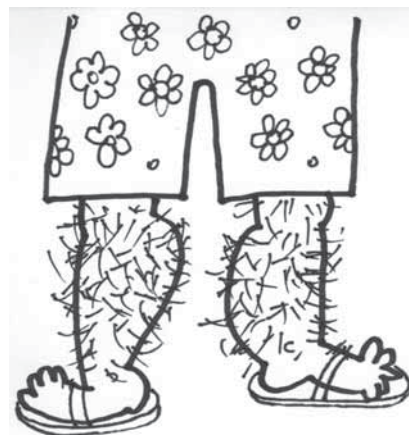
(tz)

Sexy na první pohled

Pánové, ruku na srdce! Co všechno jsme ochotni udělat pro to, abychom zaujali dámu? Na tuto řečnickou otázku ať si každý odpoví sám. V jednom se však asi shodneme. Každý na to jde jinak a úspěch není předem zaručen. A přitom možná stačí málo – vyjít zjevným i více méně podvědomým přáním žen vstříc. Ale která to jsou? Rozhodli jsme to zjistit s tím, že na věc půjdeme rovnou ke „kováři“, nikoli ke „kovařičkovi“. Ptali jsme se známých podnikatelek a manažerek, které mají s výběrem a hodnocením lidí bohaté zkušenosti. A také těch dam, pro něž je estetické cítění profesionálním předpokladem. Položili jsme jim základní otázku:



**Čím vás muž
na první pohled
zaujme?**



autorka kresby Věra Krumphanzlová

Zde jsou odpovědi, které nejsou vyjádřeny jen slovy, ale i tužkou nebo perem.



Mgr. Erika Duchanová, ředitelka Identity & Komunikace, UniCredit Leasing

Pokud jde o muže, nejsem nijak vyhraněná, co se týká vzhledu. Muž mne dokáže zaujmout, až když promluví, protože tehdy se projeví – tím co řekne a jak.



Věra Krumphanzlová, akademická malířka

Vždy se ohlédnou za mužem, který má „sexy“ vyholenou lebku a je při těle, ovšem nejvíce mne dostane, když tentýž muž (ideálně) má na sobě roztomilé bermudy a koukají mu z nich chlupaté nohy. A teď vážně. Na první pohled mne muž zaujme auru, vzhledem, modrýma očima.



Markéta Šichtařová, ředitelka Next Finance

První sekunda patří účesu: neupravené dlouhé vlasy totiž obyčejně odhalí Francouze ještě dříve, než promluví, nudný krátký sestřih někdy doplněný knírkem jednoznačně signalizuje Němce, krátký sestřih česaný do čela ukazuje často na Angličana a tak dál. Druhá sekunda patří oblečení: To zase obyčejně rámcově prozradí profesi a zaměření svého nositele, rozliší kancelářskou krysou od chovatele koní ještě dřív, než třeba pohled na ruce, i kdyby se dotýčný pokoušel pravdu maskovat. A když už mám v prvních dvou vteřinách proklepnutou národnost a obor, v němž se muž pohybuje, podívám se na jeho... ehm... pozadí. To mi zase prozradí, zda se mi ten muž líbí, či ne.



Jaroslava Procházková, kostýmní výtvarnice

Pronikavým pohledem, mluvou celého těla, tvarem rukou, kvalitní botou.



Ing. Nad'a Kverková, obchodní a marketingová ředitelka, Vamberecká krajka CZ

S ohledem na moji profesi by se nejspíš slušelo napsat, že takový, který dokáže nosit něco krajkového. Doba ručně paličkovaných luxusních límců a podobných nezbytností z dob císaře Rudolfa II. je pro dnešní muže (ale nejenom pro ně) naštěstí už jen úsměvnou historií. Přirovnání jsem však nevolila náhodou. Jde totiž o úsměv, který je tím prvním, čím mě dokáže muž zaujmout. Vnímám jej jako „přátelskou pozvánku“ zajímat se o jeho nositele trochu víc. Hned v druhém gardu jsou to oči. Často řeknou o muži víc, než by on sám chtěl.

Ludmila Folkmanová, výtvarnice

Mě na první pohled upoutá inteligentní zjev, který mi jako Sugar ve filmu Někdo to rád horké signalizují brýle. Je to samozřejmě neopodstatněná představa, může to být klidně pouze hloupý muž s oční vadou. Přitahují mne i muži s kombinací brýle – vousy (nezaměňovat s knírkem, takový muž bývá proradný hejsek). Jejich půvab si vysvětluji tím, že z nich není nic vidět O takovém muži se pak dá snít jako o ideálu. Zdravím všechny muže, i když jsem feministka, ale pozor, zdravě nahlížející na ženskou otázku.



Ing. Jana Erbová, majitelka společnosti AC-T Servis

Na muži mne zaujme nejprve celkový dojem – jak je upraven, držení postavy, jakou energií vyzářuje. Následně drobnosti, jako například nehty, vlasy, ale především oči. Ne nadarmo se říká, že jsou oknem do duše.



připravil Pavel Kačer

Čert není strašný, protože by byl snad zlý, ale protože je starý a mnoho pamatuje

Když jsem přemýšlela, koho oslovit při sestavování naší nové přílohy Prosperita FreshTime, jednoznačně padla volba také na Ing. Michala Vaněčka, Ph. D., MBA, spolumajitele firmy T-SOFT a.s. To proto, že je to šéf a aťák, jenž nepodleh oboru, který ho živí – informačním technologiím. Nezbláznil se z nich, nepřeceňuje terminologii a neodsuzuje ty, kteří netuší, co je to enter a naopak umění krásně zpívat lidové písničky nebo pěstovat kytky. Jeho velkou láskou se staly knihy, nebo lépe, literární tvorba. Jeho energie je nakažlivá, ale kopírovat se nedá:

Dříve bývala největší hodnota zdraví, dnes se mluví o čase. Jak to vlastně je?

Já bych to možná neviděl tak odděleně. Myslím, že zdraví je pořad největší hodnota. A s tím časem úzce souvisí. Vážná nemoc vám může ubrat čas.

Jinak času máme všichni zcela stejně, den má pro každého 24 hodin. Jde jenom o to, jak tento čas využijeme.

A v souvislosti s oběma atributy, které si dobře uvědomujete: podnikáte, máte firmu a k tomu jste zřídil nadaci, která se postupně rozvíjí. Píšete knihy pro děti i dospělé. To všechno vyžaduje čas. Musíte splnit očekávání, uživit rodinu, zaplatit zaměstnance, bojovat s nepříteči...

Tak na některé činnosti, které jste zmínila, máte ve firmě lidi. Člověk nedělá všechno sám, to zkrátka nejde. A když tu práci dobře rozdělíte, tak se toho dá zvládnout moc. Firma samozřejmě zabere spoustu času, většinu, protože ne všechno máte z hlediska řízení času v rukou. Někdo vám zavolá, musíte na jednání, které jste neměla v plánu atd.

A díky tomu, že firma funguje, může si dovolit i nadační aktivity. To jsou činnosti, kde si odpočinu od businessu a řízení firmy.

A psaní, to je vysloveně relaxace. A ono to navíc nezabere tolik času, jak si mnozí myslí. Jedu třeba autem do Brna, a když se vracím zpátky do Prahy, mám v hlavě sesumírovanou kapitolu pohádky. Pak jen sednu a napíšu to. A přemýšlet můžete kdekoliv. Spoustu toho vymyslím, když jedu na kole. Stejně většinu práce uděláte v hlavě. To, že člověk sedne a klepe hodinu do klávesnice, to už je jenom technický detail.

Kromě toho vývoj úrovně

některých médií, aniž bych chtěl televizi jmenovat, mne přiměl, že už na nic nekoukám, zejména ne na seriály. A to vám dá taky hodně času a čisté hlavy. (smích)

Kolik publikací jste již vydal a o čem všem jsou? A proč píšete tolik pohádek? Nejde o útěk do snů o dobro a zlo? Co z toho dnes vlastně vítězí?

Uf, tak to budu muset chvilku počítat.

Když spočtu všechny knížky a CD, na kterých jsem se podílel autorsky, producentsky apod., tak jich je, tuším, 22; CD celkem šest. Pokud jde čistě o moji autorskou tvorbu, tak vlastních knížek je šest,

CD dvě. Tedy vydaných, několik dalších věcí je teď rozpracovaných nebo čekají v nakladatelstvích na rozhodnutí nebo výrobu.

A když to tak počítám, tak ta moje tvorba je půl napůl povídky a pohádky. Když tedy nebudu počítat nadační produkci.

No a proč pohádky? Když jsme napsali s Renatou Petříčkovou první pohádky o kutnohorských skřítčích, tak jsem je odnesl svému kamarádovi, akademickému malíři Ondřeji Zahradníčkovi, a on se pro to nadchnul, že to bude ilustrovat jako tradiční českou klasiku, protože ta prostě na trhu chybí. No a tak ta vzájemná spolupráce postupně vyústila k tomu, že z toho

je trilogie.

Nevím, jestli je to přímo útěk do snů o dobro a zlo. Možná ano, takhle jsem o tom nikdy nepřemýšlel. Chtěli jsme, aby vznikly pohádky ve stylu staré české klasiky. A samozřejmě to dobro a zlo je základním atributem poctivé pohádky. To jsou archetypy, které utvářejí dětem hodnotový systém. Zlo pak třeba reprezentuje čert apod. I když s oblibou tvrdím, že čert není strašný, protože by byl snad zlý, ale protože je starý a mnoho pamatuje. Taky si všimněte, že ve většině pohádek je čert vždycky spravedlivý!

A není obecně podnikání také touha po tom, aby dobro přebilo, dejme tomu, hloupost?

Nevím, jestli je v tom touha, ale každopádně podnikání je dennodenní úporný boj s blbostí, kterou si možná leckdo neumí ani představit.

Hloupost nejde porazit, ale bojovat se s ní musí.



...ale každopádně podnikání je dennodenní úporný boj s blbostí, kterou si možná leckdo neumí ani představit. Hloupost nejde porazit, ale bojovat se s ní musí.



Ing. Michal Vaněček, Ph.D., MBA

Autorem některých děl nejste sám – je to kolektivní práce. Podle čeho si vybíráte další osobnosti do týmu? Ať již spoluautory, či interprety?

Co se týče pohádek, tak některé jsem napsal s Renatou Petříčkovou, jak jsem již uvedl. S tou jsem se před lety seznámil tak, že když vyšla knížka Medvědí prázdniny, tak mne oslovila, že by ráda se mnou udělala rozhovor pro nějaký internetový portál.

A během rozhovoru jsme zjistili, že ona píše taky pohádky a časem vznikla myšlenka napsat něco společně. A bylo.

A interpreti pro pohádky? To je vsutku překvapivě jednoduché. Například u Medvědích prázdnin jsem měl vysloveně pocit, že by bylo úžasné, aby to namluvil Jan Třiska. Knížku tehdy vydala Jana Merunková, resp. její společnost Nut's Production. Paní Merunková sehnala mail na pana Třísku, a knížku jsme mu poslali s dotazem, jestli by ji nenamluvil. A on, že ano. A protože to bylo pro postižené děti, tak to udělal zcela zdarma a úžasně! A s dalšími CD to bylo podobné. Nabídli jsme to panu Janu Přeucilovi a on souhlasil.

Druhou skupinou jsou knížky, jejichž vznik způsobujeme v rámci nadace. Ono to zní divně, že způsobujeme vznik knížek. Ale já už dlouho marně hledám nějaké jedno české slovo, které by to vystihovalo. Zkrátka na začátku je nápad, že by mohla vzniknout knížka. Seženou se na to peníze, dají se dohromady lidé, kteří by se na tom mohli podílet a nasmlouvá se nakladatelství. Již tradičně nadační knížky děláme s nakladatelstvím Maxdorf.

Lidé do týmu se shánějí podle charakteru knížky. Například ta poslední, o handbikerovi Honzovi Tománkovi, si „vynutila“ účast lidí, jako je MUDr. Kříž (primář spinální jednotky v Motole), Petr Havlíček nebo Daniel Landa. Zkrátka proto, že s nimi Honza spolupracuje. Tuhle knížku dala dohromady Renata Petříčková. Oslovil



jsem ji hned, jak vznikl nápad knížku vytvořit. Protože jsem už věděl, jak umí dělat „novinářinu“, a znal jsem její přístup k problémům a k práci. A teď, když je publikace hotová, musím uznat, že to byla skutečně dobrá volba!

Pro vznik knihy o přibězích pacientů se závažnými onemocněními zase spolupracujeme s patientskými organizacemi, jako je MammaHelp, Lymfom Help, Onko Unie, ILCO apod. Naše nadace T-SOFT ETERNITY má od začátku cíl dělat takzvané mezioborové projekty. A zatím, aspoň myslím, se nám to daří formou knížek – zpracovat téma z pohledu různých názorů, různých odborností.

Kde si zájemci mohou vaše knihy nebo nosiče koupit?

V běžných knihkupectvích nebo internetových obchodech. Snad s výjimkou jednoho CD, které jsme vytvářeli vysloveně jako pomoc pro hendikepované děti a to našlo do prodejní sítě.

Nadace T-SOFT ETERNITY chce zejména pomáhat – hendikepovaným dětem, zajímavým počínům, přínosným a optimistickým myšlenkám. Je to jako srdce na dlani – proč tolik úsilí?

Mně to přijde jako dobrý nápad.

A taky mi přijde, že by to vlastně mělo být normální, že se firma, jako je T-SOFT, angažuje i mimo rámec svého podnikání.

Čím doplňujete energii vy? Tu k odvaze myslte dál, do budoucna, být dobře naladěni, usmívat se...

Hlavně doplňuju energii doma, s rodinou, především o víkendech. A jinak asi právě tím střídáním aktivit, takže jedna se stává relaxací a odpočinkem od té druhé a třetí, a naopak.

otázky připravila Eva Brixi

AVANT nabídl novinku mezi investičními fondy – umělecká díla

V Česku vznikl první investiční fond zaměřený na umělecká díla. Investice do umění jsou podobně jako investice do orné půdy další možností, jak výhodně investovat v dobách nejistoty na trhu. Fond spravuje investiční společnost AVANT.

Investiční fond PROARTE získal povolení k činnosti od ČNB v červnu letošního roku, před několika dny byl zapsán do obchodního rejstříku a právě zahajuje svou činnost. Na investice do uměleckých děl, především obrazů, má fond k dispozici desítky milionů korun. Jedná se o první fond

s touto specializací v České republice, v zahraničí už podobné fondy vznikají delší dobu. Fond má zatím tři akcionáře, ale očekává se zájem dalších investorů.

Založení a správu fondu má na starosti investiční společnost AVANT. Ta v zájmu efektivní správy fondu angažovala přední české odborníky na oblast umění, kteří přijali místa v představenstvu – Doc. Marii Klimešovou z Ústavu pro dějiny umění Univerzity Karlovy a PhDr. Martina Součka, vydavatele knih o českých i světových výtvarnících a pořadatele celé řady výstav o výtvarném umění.

„Naši klienti hledali především bezpečnou investici v neklidných dobách. Zároveň chtěli investovat do věcí, které mají rádi a kterým rozumí. Takové investice jsou podle našich zkušeností obvykle úspěšné,“ říká Pavel Doležal, výkonný ředitel společnosti AVANT. AVANT v Česku spravuje celkem 21 fondů v celkové hodnotě 6,5 mld. Kč, je jedním z klíčových hráčů na trhu a také nejrychleji rostoucím správcem fondů v Česku.

(tz)

Česká značka AKUMOTO a nový koncept revoluční elektrické koloběžky

Česká značka Akumoto, která se specializuje na produkci jednostopých elektrických vozidel, přiblížila světovou premiéru elektrické koloběžky. Jedná se o žhavou novinku, kterou je koncept elektrické koloběžky nazvaný AKUMOTO eTC – electric Town Cruiser. Tento projekt přichází s revolučním systémem skládání a celou řadou inovativních prvků.

Lukáš Drahovzal, obchodní manažer značky Akumoto, k tomu řekl: „Hlavní důvody, proč jsme se rozhodli vstoupit do vývoje konceptu Akumoto eTC, jsou v zásadě dva. Značka AKUMOTO se i přes dlouho trvající recesi v motocyklové oblasti vede dobře, má výborné prodeje a dlouhodobě jí patří první místo v prodejnosti elektrických motocyklů. Díky tomu může kromě vývoje nových modelů investovat i do úplně nových směrů, které otevírají další příležitosti. Mění se také přístup ke stylu dopravy v dnešním světě. Hustota provozu stále stoupá, politická reprezentace přitvrzuje regulační předpisy a rostou i ekologické tlaky. Navíc si lidé uvědomují hodnotu svého času a nebudou trávit dlouhé desítky minut v automobilových kolonách. Uvedená studie Akumoto eTC poskytuje ideální řešení pro městskou mobilitu v rámci uzavřených a přeplněných center většiny evropských měst, kde bývá obvykle problém s hustotou provozu a parkovací kapacitou. V této kategorii



vidíme velkou příležitost a díky inovativnímu produktu, který využívá nejmodernějších komponentů a technologii, věříme v úspěšné uvedení na trh a vysokou poptávku.“

Koncept elektrické koloběžky Akumoto eTC využívá k pohonu elektrický pulzní motor, který je umístěn přímo v zadním kole, tím nedochází ke ztrátám energie při jejím přenosu pomocí řetězu, řemenu apod., navíc je tento motor plně bezdrátový. Použité akumulátory jsou vyjímatelné, poskytují možnost nabíjení přímo v koloběžce nebo i mimo ni. Pro nabíjení stačí běžná zásuvka 230 V, doba nabíjení se pohybuje od 1,5 do 3 hodin. Akumulátory nové generace LiFePO4 se vyznačují mimo jiné nízkou hmotností, nemají paměťový efekt a jejich životnost je 8–12 let. Celý systém samozřejmě nezapomněl ani na výhody rekuperace energie a využití elektromotoru při brzdění. Tento systém „elektronické brzdy“ je doplněn o hydraulické

kotoučové brzdy. Na atraktivitě celé záležitosti má zásluhu i letmo uložené přední kolo. O pohodlí se starají 10“palcové pneumatiky a nastavitelné odpružení spolu s integrovaným, výklopným a teleskopickým operátkem.

Díky nepatrné hmotnosti celé koloběžky, které je docileno litým rámem z magnézia, můžete očekávat velmi slušnou dynamiku jízdy. Originální konstrukce, chytré řešení zaklápečí podlahy s výsuvným sedlem pak nabízejí zajíma-

vou funkci složení celé koloběžky do malého a dobře manipulovatelného stavu, který umožní lehké vykládání a nakládání koloběžky do automobilu (karavanu). Geometrické tvarování podporuje funkční stránku koloběžky.

Zajímavostí je, že celý proces výroby a montáže by měl být lokalizován přímo v ČR, kde má značka Akumoto technické zázemí pro montáž elektro skútrů. „Věříme, že díky našemu technickému zázemí, zkušenostem a zapojení předních českých designérů se nám podaří prosadit v této kategorii, která otevírá nové možnosti v čisté a levné dopravě pro širokou veřejnost i firmy. Naše společnost se úzce specializuje na vývoj a produkci jednostopých elektrických dopravních prostředků, proto tento projekt bereme jako logické a přirozené rozšíření našeho výrobního programu,“ uzavřel Lukáš Drahovzal.

(tz)



...prostě se hodně dívám

Na co se ptát generálního ředitele, jemuž otázky nepokládám poprvé? Jak ho vyprokovovat, aby nebyl jen tím generálním? Aby sáhl po klíčku od srdce a odemkl tajnou komoru? Jak ho poškádlit, aby prozradil něco, co jsme netušili? Aby jednou větou popsal list papíru o tom, co rádi čteme? Možná mnoho otázek na jeden večer. Přesto si skromně říkám – snad naše společná snaha vás zaujmout nebyla marná. Odpovídá generální ředitel a personální ředitel Kovohutí Příbram nástupnická, a.s., Ing. Jiří Dostál:

Na manažerské půdě se pohybujete pěknou řádku let. Čím je to pro vás povzbuzující?

Každá pozice je samozřejmě příležitost či výzva, ať již novým prostředím, činnostmi, konkrétními lidmi. Na mně jako manažerovi pak je situaci zvládnout, mít svou vizi a strategii, získat prostředky, naučit lidi postupům a procesům, předat zkušenosti, a hlavně je vést, a to ve shodě se zájmy a představami majitelů či akcionářů.

Ještě jsem vás neviděla zamračeného, našťavaného nebo protivného – je to náhoda, anebo svůj optimismus zaléváte zázračným elixírem dobré nálady?

Něco je od osobních vlastností, něco výchovou i prostředím – měl jsem dosud velké štěstí na lidi kolem sebe (rodinou počínaje – zaměstnance, akcionáře či majitele firem i okolí). Nemyslete si, že také „nemám své dny“, ale snažím se dodržovat pravidlo, že špatná nálada a osobní problémy končí na vjezdu do fabriky, na mostě před řekou Litavkou.

Co by vlastně měl dělat dnes člověk, aby si udržel dobrou pověst?

Především hrát fair play, mít korektní přístupy k lidem, hlavně zaměstnancům, ale i partnerům či konkurentům (v těchto nevidět jen potenciální nebezpečí pro svůj business, ale také možnost inspirace). Určitě také být osobně příkladem pro své okolí, mít jasná pravidla jak pro firemní kulturu, tak i například etický kodex – a to všechno dodržovat.

Tak trochu míříme k etice podnikatelského prostředí. Existuje vůbec? Nebo má smysl o ní mluvit?

Na obě otázky odpovídám ano. Etika podnikání a společenská odpovědnost firem jsou poměrně aktuálními tématy. Je potřebné trpělivě volit osvětu a praktické příklady. Chybou je, že někdy se hodně mluví bez viditelného efektu. Znáám řadu firem a příkladů, které naopak se významně projevují v praxi. A je třeba říci, že tyto aktivity nejsou pouze o finančním dárcovství, byť potřebným.

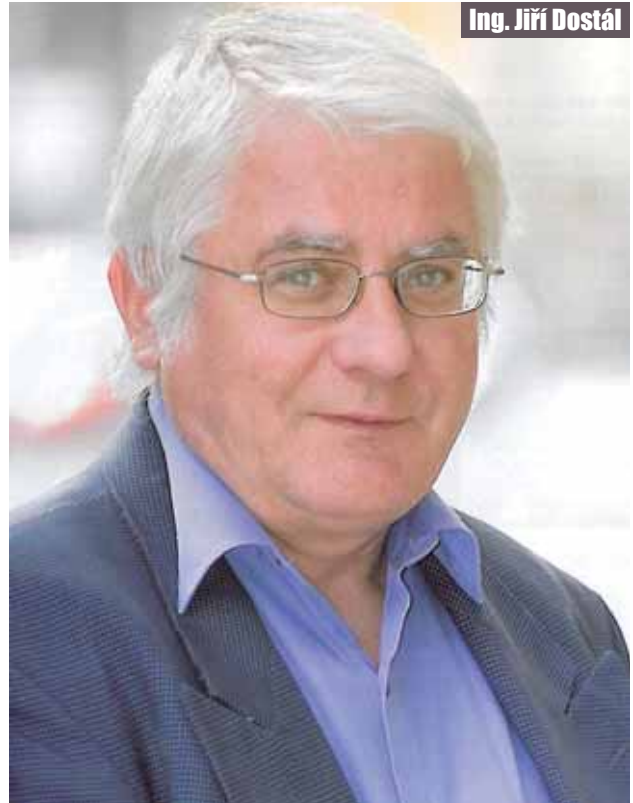
Vzpomenete si na nějaký svůj ředitelský průšvih, z kterého vám ještě dnes vstávají vlasy hrůzou na hlavě?

No s těmi vlasy už to nebude tak hrozné, zvláště když mi je manželka zkrátí... Určitě jsou v praxi manažera chvíle a případy, které mu zcela jistě nedělají dobře a raději se k nim nevrací. Pravdou je, že nejlepším lékem na tyto situace jsou nové případy, řešení, úkoly apod.

Pozice generálního ředitele Kovohutí Příbram vás inspirovala k řadě kroků, které dnes tvoří výraznou image firmy jako subjektu, který žije, dýchá, dělá dobré věci, chápe smysl tržního podnikání i udržitelného rozvoje. Bylo to těžké tohle všechno vybudovat?

Určitě – kdo to nezažil, těžko uvěřit, co

Ing. Jiří Dostál



všechno je potřebné a s velkou dávkou trpělivosti prosadit, zařadit, objasnit, zrealizovat. A je to nejen přerod a změna prostředí, vztahů, postojů, ale hlavně myšlení a přístup lidí, zaměstnanců jak těch dlouholetých, tak následně úplně nových. Vyprávět by mohli určitě všichni, kteří se nějakým způsobem podíleli na realizaci systému péče o zdraví zaměstnanců při práci v riziku olova a následně programu systémové podpory zdraví.

Životní prostředí a dědictví minulosti na Příbramsku v souvislosti s ekologií je silně provázané. Kovohutě nabídlly pomocnou ruku k ozdravení regionu. V čem spočívá?

Dříve – prakticky až do privatizace – patřila společnost díky svému charakteru činnosti a technickému vybavení k největším znečišťovatelům v místě. S nástupem nových majitelů, akcionářů i manažerů se situace poměrně rychle a radikálně změnila, investice a technický rozvoj se zaměřily výrazně na zlepšení pracovního prostředí, maximální snižování emisí, instalaci nových technologií (šachťová pec v roce 1997, rafinace olova kyslíkem, alkalické loužení úletů atd.) i omezování či rušení nebezpečných výroby s negativním dopadem na vnější prostředí (výroba oloveného prachu). Pro nové výroby a aktivity byly pořizovány celé linky s minimálními dopady (drahé kovy, elektroodpad). Společnost se výrazně podílí na sanaci starých ekologických zátěží z předchozí dlouholeté výroby olova, účastní se osvětových programů či konferencí jak v regionu, tak v ČR i v zahraničí a poskytuje občanům i firmám ekologické služby ve sběru a odstraňování nebezpečných odpadů.

Název fabriky i historický odkaz míří k dějinám – jak se Kovohutě v současnosti vlastně profilují?

I nadále je stěžejní aktivitou recyklace olova – nyní již ne z primárních rud, ale z olovených odpadů, zejména starých autobaterií. Rovněž další dvě divize – Drahé kovy



a Elektroodpad jsou divizemi recyklačními. Máme i divizi Produkty tak trochu strojírenského charakteru (výroba bezolovnatých pájek, olověných plechů, diablek atd.). S odpady pracují i naše dceřiné společnosti Galmet a na Slovensku Kovohuty SK. Navíc jsme vydavatelem společenského měsíčníku Xantypa.

Máte v rukávu nějaký další projekt, který by posléze akcionáři potěšil?

Tak určitě – majitel nás nenechá jen tak v klidu a má skutečně radost, když se daří nejen ve stávající struktuře aktivit, ale když dokážeme zrealizovat nějaký nový projekt. Jeden takový se nám podařilo po delších jednáních dokončit v závěru srpna – získali jsme 60% podíl ve společnosti, která se zabývá recyklací zářivek. Tuto aktivitu budeme ale provozovat v našem areálu a co nejdříve chceme získat podíl stoprocentní. Díváme se i do zahraničí, zejména do zemí mimo Evropskou unii.

Personalistika je obor, o němž hodně víte. Čemu vás naučil?

Musím objektivně říct, že jsem byl skutečně velmi překvapen, když mi pan Baťa nabídl pozici personálního ředitele v jeho české společnosti (po předchozí práci ve funkci obchodního ředitele či řízení prodejen v Obchodě obuví). Asi jako zkušený dokázal odhadnout mé předpoklady a schopnosti pro tuto práci (jak mi posléze později sdělil). Byl jsem doslova nadšen systémovým přístupem, schopnostmi vážít si zaměstnanců na kterékoliv pozici ve firmě, vytvářet pro ně odpovídající podmínky, motivační či vzdělávací programy apod. Snažil jsem se proto uplatňovat tyto přístupy nejen ve firmách jako personální ředitel, ale i jako vedoucí zaměstnanec obecně, vedl jsem a vedu k tomu i své kolegy, a zejména je přesvědčuji o nutnosti umět naslouchat.



Někdy se mi zdá, že stíháte naprosto všechno. I procházku Prahou, sklenku vína, povídání o životě. Máte nějaký vlastní princip na hospodaření s časem?

Určitě mám okamžiky, kdy to nestíhám a jsem odkázán na pomoc kolegů. Při mém pendlování mezi Moravou, Prahou a Příbramí ale mám dostatek času si za volantem promyslet rozhodující aktivity pro nejbližší období, jejich případné delegování a reakce. Je to i vhodný prostor např. pro vyřízení potřebných telefonů tak, aby cestování nebylo pouze ztrátou času.

Jste znám vztahem k umění, médiím, čtíte nové nápady. Co si myslíte o těch, kteří vám závidí a nechápou?

Obecně se s podobnými typy zase až tak moc nepotkávám. Každý má své metody, zájmy, představy. Vždy ale vycházím z toho, že základem úspěchu je dobře poskládaný tým spolupracovníků s patřičnou motivací a jasnými kompetencemi (od provozních zaměstnanců až k vedoucím). Rád navštěvuji úspěšné podniky a podnikatele a hledám u nich inspiraci pro nás, prostě se hodně dívám. Nemusím sedět u televize, rád zajdu do divadla či na sportovní utkání.

ptala se Eva Brixí



Nemyslete si, že také „nemám své dny“, ale snažím se dodržovat pravidlo, že špatná nálada a osobní problémy končí na vjezdu do fabriky, na mostě před řekou Litavkou.

Firmy začaly více investovat do svých interních projektů

Počet projektů v českých firmách a veřejné správě stagnuje, roste však důraz na jejich kvalitu a efektivní realizaci. Firmy začaly investovat do dražších projektů. Čtyři z deseti firem realizovaly projekty s rozpočtem nad 100 tisíc eur, u pětiny firem rozpočet přesáhl dokonce hranici 500 tisíc eur (téměř 13 milionů korun). Vyplývá to z pravidelného průzkumu projektového řízení interních projektů, který již posedmé uskutečnila společnost Ernst & Young v České republice a na Slovensku. V obou zemích převažují dlouhodobější projekty s dobou realizace přesahující půl roku (v Česku 58 %, na Slovensku 67 %), obdobná je i struktura nejčastěji realizovaných typů projektů – vládou zejména projekty na modernizaci IT, včetně systémové integrace.

„V České republice sice počet projektů stagnoval, ale celkově se situace v oblasti projektového řízení spíše zlepšuje, když roste zejména kvalita projektů. Množství neúspěšných projektů, tedy těch, které musely být pozastaveny, je minimální a nepřesahuje u většiny respondentů 10 procent,“ komentoval výsledek průzkumu Petr Knap, partner oddělení podnikového poradenství společnosti Ernst & Young. Pozitivní je především fakt, že se jak firmám, tak institucím z veřejného sektoru daří dodržovat plánovaný rozpočet a harmonogram.

Z hlediska struktury realizovaných projektů dominuje oblast IT, jako nejčastější typ projektů realizovaných v posledních dvou letech ji uvedlo 74 procent respondentů. Projekty v oblasti restrukturali-

zace procesů a reorganizace řešilo 55 procent dotázaných firem, a projekt zaměřený na vývoj a uvedení nového produktu zmínilo 52 procent respondentů. „Počet projektů týkajících se modernizace IT výrazně vzrostl. Naopak ve srovnání s minulým rokem klesl více než o polovinu (na 21 procent) počet projektů zaměřených primárně na snižování nákladů,“ uvedl Michal Hanzal, senior konzultant oddělení podnikového poradenství společnosti Ernst & Young. Ve srovnání s minulým rokem je také možné konstatovat ustálení počtu „skutečných“ projektových manažerů (51 procent), kteří mají na starosti řízení daných projektů. Přesto však zůstává téměř polovina projektů v dotázaných firmách pod vedením osob, které řízení projektu nemají přímo v náplni své práce. Se vzrůstajícím tlakem na efektivitu vedení projektu také rostou nároky na samotné projektové manažery, typický projektový manažer tak dnes musí řídit současně 2 až 3 projekty.

Letošního ročníku průzkumu interního řízení projektů se zúčastnilo 63 firem a organizací působících ve výrobním a těžebním průmyslu, v telekomunikacích, finančních službách, či instituce z veřejného sektoru. Cílem studie bylo zjistit celkový stav projektového řízení a identifikovat trendy v oboru. Mezi respondenty převažovaly menší firmy (čítající méně než 200 zaměstnanců) a středně velké společnosti (do 1000 lidí). Přibližně pětinou byly zastoupeny velké korporace s počtem zaměstnanců přesahujícím dva tisíce. Z celkového počtu asi 19 procent respondentů uvedlo, že v jejich společnosti pracuje více než 10 lidí s pracovním zařazením projektový manažer.

(tz)

Jednoduché a rychlé úvěry

GE Money Bank nabízí jako jediná banka na českém trhu jednoduché a rychlé financování investičních záměrů se zárukou Evropského investičního fondu (EIF). Nový úvěr EU Investice mohou díky spolupráci obou institucí získat podnikatelé z řad malých a středních firem bez zajištění vlastním majetkem. Úvěr je možné použít na prakticky jakoukoliv investici v celé její výši včetně DPH – na výstavbu, rekonstrukci či nákup nemovitosti a také na investice do technologie a zařízení. Výše úvěru se pohybuje od 500 tisíc do 10 milionů korun se splatností až 10 let. Spolupráce GE Money Bank s EIF byla představena 11. září na Mezinárodním strojírenském veletrhu v Brně.

„Nabídkou úvěru EU Investice chceme malým a střed-

inzerce

ním podnikům usnadnit přístup k financování investic, které jim v současné ekonomické situaci pomohou růst,“ řekl Jiří Bába, člen představenstva a ředitel firemního bankovníctví GE Money Bank. „Díky záruce za klienty ze strany Evropského investičního fondu můžeme poskytovat investiční úvěry širšímu okruhu podnikatelů a firem. V současnosti jsme jediná finanční instituce v České republice, která tento typ úvěru středním a malým podnikatelům nabízí,“ doplnil. Nabídka banky přišla v době zvýšeného zájmu podnikatelů o úvěry, jen za první pololetí 2012 zaznamenala GE Money Bank meziroční nárůst nově poskytnutých firemních úvěrů o 26 %. Dohoda GE Money Bank a EIF dává bance možnost poskytovat úvěr EU Investice buď úplně bez zajištění, nebo se sni-

ženým požadavkem na zajištění úvěru. Vyřízení úvěru je tak rychlejší a méně administrativně náročné. Ve většině případů se banka obejde například bez jinak běžně vyžadovaného odhadu nemovitosti. Záruka EIF je standardní součástí nabídky, klienta nic nestojí a nemusí o ni nikde žádat. Poskytována je v rámci Programu pro podporu konkurenceschopnosti a inovací (CIP) malým a středním podnikům s ročním obrátem nepřesahujícím 200 mil. Kč a s minimálně dvěma ukončenými daňovými obdobími. Úvěr EU Investice začala GE Money Bank nabízet na Mezinárodním strojírenském veletrhu v Brně, kde byla také 11. září oficiálně zahájena spolupráce banky s Evropským investičním fondem.

(tz)

Templářské sklepy Čejkovice, vinařské družstvo, se má opět čím pochlubit! Na výstavě Země živitelka v Českých Budějovicích na přelomu srpna a září v soustěži o nejlepší exponát získala společnost ocenění Zlatý klas pro víno Tramín 2011 Silver Collection.

Nápoj patří do sortimentu určeného pro segment gastronomie. Kromě vynikajícího vína přináší tato řada i nový design láhve s logem Templářských sklepů přímo ve sklovině a speciální úpravou znázorňující cimbuř středověkého hradu. Originální etikety a visačky navíc informují o působení templářských rytířů na území Čech a Moravy. „K nové láhvi přibude ještě jeden důležitý prvek – Zlatý klas 2012. Těší nás, když naši práci oceňují i porotci prestižních potravinářských soutěží,“ sdělil reprezentant Lukáš Lukáš z Templářských sklepů Čejkovice.



www.templarske-sklepy.cz



Webová televize je praxe, ne utopie



PhDr. Václav Friedmann, Ph.D.

Být potomkem ředitele slavného divadla, rozvíjet firmu, která má v názvu slovo genius a media, pohybovat se na rozhoupaném trhu 15 let a neztrácet chuť oslovovat zákazníky novinkami, vítat změny, bavit se tím, co dělá... PhDr. Václav Friedmann je mužem, který ví, co chce. Shodně se sloganem naší čerstvé přílohy Prosperita Fresh Time. Firmy a osobnosti, které s ním spolupracují, dobře vědí, jaká jsou kritéria jeho práce: nové nápady, jiný úhel pohledu, kvalita, odvaha, nadhled. Proč ne?

Genius Media jako název firmy, která má zdravé sebevědomí – to není vůbec špatné...

Vždyť název jednoho z vašich titulů je daleko lepší – Prosperita! Pánové, kdo z vás to má?

Ale vážně, myslím, že o názvu společnosti to až tolik není. Ano, jsme zdravě sebevědomí, přece jen jsme za ty roky něco dokázali, ale zároveň je v nás velká pokora, protože bez ní člověk daleko nedorazí.

Na trhu jste rovných 15 let. Za tu dobu jste nasbírali hodně dobrých referencí a poskytli prvotřídní služby řadě firem. Oč šlo především?

Vše vycházelo vždy z našich nejlepších zkušeností a znalostí, jednotlivých profesí.

Od praktických mediálních tréninků po firemní a produkto-



vá videa až po provozování externích, a zejména interních webových televizí. Výrobu videí a jejich postprodukcí neustále zlepšujeme a posouváme dopředu, někdy mám pocit, že jsme na náš trh až moc rychlí.

Podnikatelé vás znají zejména jako tvůrce webových televizí, ostatně za své průkopnictví získal váš tým i několik ocenění.

Ano, webová televize byla právě jednou ze služeb, která před mnoha lety byla vnímána za utopii a dnes je už běžným standardem komunikace. Vždyť první ocenění bylo právě za

inovaci na internetu v soutěži Internet Effectiveness Awards před 6 lety! Od té doby jsme získali další tuzemské, ale i mezinárodní ocenění. Ale to už zavání samochválou, pojďme dál.

Co všechno dnes zákazníkovi můžete nabídnout?

Nejmodernější způsob komunikace – prostřednictvím videa. Specializujeme se na interní komunikaci, kdy lze prostřednictvím našeho systému oslovovat zaměstnance,

Dobrou image totiž můžeme vytvořit, ale dobré jméno musíme získat.

obchodní zástupce, partnery v prostředí internetové televize. V této nelehké době to znamená zejména výrazné zefektivnění komunikace a také značné úspory. Ale nejen

to, vyrábíme produktová videa, image spoty, edukační filmy, které zase umísťujeme na externí webové televize, ale také na YouTube, Facebook atd. K tomu všemu podpora prostřednictvím PR kampaní.

Komunikace, péče o jméno, budování značky – to vše jsou atributy, které nelze nechat ležet ladem, ale ne v každé firmě právě této záležitosti věnují dostatečnou péči. Co byste doporučil, čím začít, co neopomenout?

Já věřím ve férovou hru, serióznost a dodržení slova. Potom přicházejí pozitivní reference a firma roste. Na to se dnes často zapomíná.

Vím, že jste dost tvrdohlavý a nemáte rád kompromisy – některé „výhodné“ nabídky jste dokonce odmítl, protože dáváte přednost kvalitě odvedené práce a než se podepsat pod nepovedenou věc, to radši přijmete o zakázku.

To úzce souvisí s mojí předchozí odpovědí. Pokud nabízím gentlemanské jednání, tak ho také očekávám. A pokud tomu tak není, tak se raději s úsměvem rozloučím. Žijeme jen jednou, tak proč si život zkracovat nesmysly.

A víze do dalších roků?

Samozřejmě připravujeme nové produkty a služby, bez vývoje a pokroku nelze uspět. Důležité je rovněž neztratit zmiňovanou důvěryhodnost a dobré jméno. Dobrou image totiž můžeme vytvořit, ale dobré jméno musíme získat.

Jako osobnost mediálního světa víte, co je to nedostatek času, stres i snaha být jednička. Jakých zásad se držíte, abyste neošidil business, své sny, rodinný život? A co sport, kytara, kapela? Hlavní zásadou je dobrá organizace času a jednání s rozvahou. Díky tomu je dostatek času nejen na rodinu, ale také na bluesovou kapelu, která hraje přes 20 let, windsurfing, lyžování a feraty v italských Dolomitech. Tam přicházejí ty nejlepší nápady, takže bych se tam možná měl každý rok na nějakou dobu přestěhovat. Taký dobrý nápad, ne?

odpovědi se snažila zapamatovat Eva Brixl

Pokud nabízím gentlemanské jednání, tak ho také očekávám. A pokud tomu tak není, tak se raději s úsměvem rozloučím.

Rychle rostoucí ekonomiky zpomalují – ale jen krátkodobě

Hospodářský růst 25 nejvýznamnějších rychle se rozvíjejících ekonomik, mezi které patří i Česká republika, od počátku letošního roku zpomaluje. Podle čtvrtletní makroekonomické prognózy Ernst & Young (Rapid Growth Markets Forecast) se však jedná jen o přechodný výkyv a tyto země budou i nadále motorem hospodářského růstu globální ekonomiky. Jejich HDP letos podle odhadu poroste průměrně o 4,9 % – na rozdíl od eurozóny, kde se v nejlepší případě očekává 0,6% pokles. Již v příštím roce by ale měly růst 6% tempem a v roce 2014 ještě o půl procentního bodu rychleji.

Nicméně ne všechny rychle rostoucí ekonomiky světa mají stejné dobré výsledky. Asijským a africkým zemím se většinou daří úspěšně překonávat obtížnější globální podmínky. Naproti tomu rychlejšímu rozvoji východoevropských a latinskoamerických ekonomik brání slabý růst jejich klíčových exportních trhů, tedy v prvním případě eurozóny a ve druhém Spojených států. Pokud se recese v eurozóně bude dál prohlubovat, podle makroekonomické prognózy Ernst & Young se jí nevyhne ani Česká republika a Polsko. Výrazně by to ovlivnilo také Hongkong a Malajsii kvůli jejich závislosti na světovém obchodě. „Rychle rostoucí ekonomiky sice v letošním roce zpomalí, ale bude to jen na přechodnou dobu. Mají dobré předpoklady, aby se vyrovnaly s globálními hospodářskými riziky, je zde totiž stále prostor pro uvolnění fiskální i měnové politiky,“ vysvětlila Magdalena Souček, vedoucí partnerka Ernst & Young v České republice. „K tomu už ostatně v některých zemích, mimo jiné ve všech státech skupiny BRIC, došlo. Je pravděpodobné, že v dalších měsících se měnová politika ještě více uvolní, zvláště pokud se budou globální ekonomické podmínky dále zhoršovat.“

Česká republika – pod vlivem úsporných opatření státu a slabé zahraniční poptávky

Na hospodářský růst České republiky v dalších čtvrtletích budou mít negativní vliv především dva faktory. Prvním je zahraniční poptávka, která bude pravděpodobně nadále velice slabá. I když německá ekonomika, která je nejvýznamnějším českým obchodním partnerem, mírně roste i v letošním roce, eurozóna jako celek stagnuje, což má nepříznivý dopad na vývoz do jejích členských zemí. Důsledkem je výrazné zpomalení investičního růstu – odhad pro letošní rok je průměrně -2,5 % – a možné zvýšení míry nezaměstnanosti. Druhým faktorem jsou úsporná opatření státu, která mají nepříznivý dopad na spotřebu domácností. Například v souvislosti se zvýšením DPH od ledna letošního roku vzrostla během prvního čtvrtletí inflace na 3,7 %, což znamená citelné snížení reálných příjmů obyvatelstva. Proexportně orientovaná česká ekonomika rostla vloni 1,7% tempem. Nicméně HDP zaznamenal již ve druhém loňském pololetí pokles, který se dále prohloubil v prvním letošním čtvrtletí, kdy činil meziročně 1 %, tedy nejvíce od 2. čtvrtletí 2009. „Na základě toho pro letošní rok předpokládáme, že HDP klesne celkem o 1,4 %,“ řekla Magdalena Souček. „Ve střednědobém výhledu, tedy v letech 2013–17, by česká ekonomika měla podle našich předpokladů díky rostoucí zahraniční i domácí poptávce růst průměrně asi 3% tempem. Pokud by však krize eurozóny pokračovala a nadále by platila přísná úsporná opatření, mělo by to samozřejmě negativní dopad i na výkonnost české ekonomiky.“

Spotřebitelé hlavní devizou rychle rostoucích ekonomik

Největší výhodou rychle se rozvíjejících ekonomik je vedle prostoru pro uvolnění fiskální a měnové politiky rostoucí střední třída, jejíž příjmy se zvyšují a která má „chuť utrácet“. Podle prognózy Ernst & Young se

podíl movitějších domácností v rychle rostoucích ekonomikách během příštích deseti let výrazně zvýší. Jen do roku 2020 by se měl počet domácností s ročním příjmem přesahujícím 30 tisíc amerických dolarů v těchto zemích více než zdvojnásobit na 149 milionů a předčít jak Spojené státy se 120 miliony takových domácností, tak eurozónu se 116 miliony. Díky rostoucím příjmům domácností bude přirozeně posilovat i kupní síla těchto ekonomik. Ještě v roce 2011 připadaly dvě třetiny globální spotřeby na rozvinuté ekonomiky a pouze jedna třetina na rozvojové země. Za 25 let se tento poměr obrátí a dnešní rozvinuté ekonomiky s největší pravděpodobností předběhne Asie, jejíž podíl na celosvětové spotřebě bude podle odhadů představovat bezmála 40 %. „Spotřebitelská poptávka v rychle se rozvíjejících zemích se do budoucna stane hlavním motorem globálního růstu, a vystřídá tak v této roli vyspělé státy,“ domnívá se Alexis Karaklins-Marchay, který je jedním z šéfů centra Ernst & Young pro rychle se rozvíjející ekonomiky. „Větší poptávka po dovozu v rychle se rozvíjejících ekonomikách by navíc měla přispět k výraznému posílení rovnováhy světového hospodářství.“

Prognóza pro Českou republiku

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Reálný růst HDP (v % ročně)	2,6	1,7	-1,4	1,2	3,3	3,5
Inflace (vyjádřená přírůstkem indexu spotřebitelských cen)	1,5	1,9	3,4	2,4	2,3	2,5
Deficit běžného účtu platební bilance (podíl na HDP v %)	-3,9	-2,9	-2,1	-2,7	-3,0	-3,0
Celkový zahraniční dluh (podíl na HDP v %)	45,1	46,1	54,4	56,4	56,9	57,4
Krátkodobá úroková sazba (%)	1,3	1,2	1,3	1,5	3,2	4,5
Směnný kurz vůči USD (roční průměr)	19,1	17,7	20,1	20,6	21,2	21,9
Schodek státního rozpočtu (podíl na HDP v %)	-4,1	-3,7	-3,8	-3,5	-3,1	-2,6
Počet obyvatel (v mil.)	10,5	10,5	10,5	10,6	10,6	10,6
Nominální výše HDP (v mld. USD)	197,8	215,4	190,9	191,2	196,7	202,7
HDP na obyvatele (v běžných cenách v USD)	18798,8	20435,8	18102,9	18120,1	18630,8	19195,5

Pro zahraniční investory jsou stále atraktivní

Současná krize eurozóny bude mít negativní dopad na přímé zahraniční investice v rychle rostoucích ekonomikách. Podle prognózy Ernst & Young by jejich celkový objem měl v letošním roce klesnout o 10 %. Nicméně v době, kdy hospodářský růst ve zbytku světa stagnuje, zůstávají tyto země díky vysokému tempu svého růstu pro investory stále atraktivní. V krátkodobém výhledu bude mít současná nepříznivá situace nejtěžší dopad na země střední a východní Evropy. Oslabit by ale mohl i příliv přímých zahraničních investic do Ruska a Indie. Již dnes je zřejmé, že investoři se snaží diverzifikovat investice po celém světě. Například ještě v roce 2010 se na nárůstu přímých zahraničních investic podílely výhradně tři země – Čína, Brazílie a Indonésie. Vloni už to byly nejen tyto tři, ale také Turecko, Kolumbie a všechny státy BRIC.

Dobré předpoklady pro další rozvoj

„Rychle se rozvíjející ekonomiky se přes dočasné zpomalení počátkem roku zřejmě ještě letos a v roce 2013 odrazí k intenzivnějšímu růstu,“ upozornila závěrem Magdalena Souček. „Prostor pro uvolnění fiskální i měnové politiky, silící střední třída a její domácí spotřeba i výrazný nárůst přímých zahraničních investic, to jsou záruky budoucího dlouhodobého rozvoje těchto ekonomik.“

(tz)



GASCONTROL dodavatel
plnicích technologií CNG



Firma GASCONTROL, společnost s r.o., jako tradiční výrobce a dodavatel plynových zařízení, obohatil své nabídkové portfolio o dodávky plnicích technologií stlačeného zemního plynu (CNG). Základ technologie tvoří kompresory špičkové kvality od světově uznávaného švýcarského výrobce GREENFIELD.

Naše činnosti:

- **Dodávky a servis plynárenských zařízení**
- **Regulace a měření plynu, odorizace, dálkové měření odorantu**
- **Plynové expanzní turbíny**
- **Plynovody, speciální práce na plynovodech, jiné produktovody**
- **Průmyslové klimatizace a chladicí systémy**
- **Důlní investiční a technologické celky**
- **Výstavba a rekonstrukce kotelen a výměníkových stanic**
- **Dodávky domovních a průmyslových plynoměrů**
- **Výstavba, dodávky plnicích technologií a servis CNG stanic**
- **Přestavby vozidel na CNG pohon**

GASCONTROL, společnost s r.o.
Nový Svět 59a/1407, 735 64 Havířov-Suchá
Tel.: +420 596 496 411, Fax: +420 596 412 397
gascontrol@gascontrol.cz
www.gascontrol.cz

Ziskový potenciál prakticky neomezený

Ověřila jsem si, že úspěch se někdy těžko chápe. I cesta, po níž je třeba k němu dojít. Podstatné však je, jak ho vnímáme. Každý patrně jinak, pro muže je často seberalizací, radostí i měřítkem vynaloženého úsilí. Úspěch je však také o tom, že jeden může být svou dovedností, pílí, vizí prospěšný mnoha ostatním. O tom, jak vypadá úspěch se značkou Amway, jsem hovořila s podnikatelem Romanem Čížkem:

Co vás motivuje k podnikání v přímém prodeji a proč jdete se značkou Amway?

Podnikání s Amway není mým prvním podnikatelským projektem. S rodiči jsme začali podnikat již v roce 1990 a já jsem založil svou první firmu při studiu na vysoké škole v roce 1992.

V roce 1994 jsem se seznámil s Amway a více než aspekt přímého prodeje mne zaujala možnost budování obchodních týmů, která je v marketingovém plánu Amway obsažena. Díky zkušenostem z tradičního podnikání jsem ocenil mnohé výhody, které tento koncept nabízí, jako např. minimální startovní kapitál, minimální provozní náklady, nulové riziko ztráty, možnost okamžitě expandovat svůj business po celém území státu, (ale i mezinárodně) a samozřejmě také vysoký ziskový potenciál, který, byť to pro mnohé na první pohled není zřejmé, je v tomto podnikání prakticky neomezený.

Spolupráci s firmou Amway jsem zvolil zpočátku proto, že jsem z této firmy, jejích produktů a její filozofie, měl prostě dobrý pocit. Po osmnácti letech mé spolupráce s touto značkou a mého působení v oboru síťového marketingu mohu tuto svou volbu docenit. I když se v odvětví síťového marketingu děje mnoho nového, vzniká spousta nových atraktivních projektů, nových firem a možností v oborech, jako jsou reality, hypotéky, bankovní a finanční produkty apod., mohu říci, že díky více než 50leté úspěšné historii firmy Amway, díky integritě a principům, na kterých je firma Amway založena a na kterých staví svůj vztah ke svým obchodním partnerům a díky tomu, že se firma Amway dlouhodobě pohybuje daleko na

špičce v porovnání se všemi ostatními společnostmi v oboru, mám dnes z mojí spolupráce s ní ještě lepší pocit než na začátku. A nemám ani ten nejmenší důvod hledat cokoli jiného.

Bál jste se někdy, že se neužijete?

Jednou z výhod tohoto podnikání je fakt, že s ním můžete začít vedle jakéhokoli jiného zaměstnání nebo jiné výdělečné činnosti, takže nemusíte okamžitě vsadit vše na jedinou kartu. I já jsem začínal tak, že zpočátku byl výnos z podnikání Amway mým dodatkovým, vedlejším příjmem. Protože jsem však během zhruba pětiměsíční kariéry dosáhl úrovně 21%, která mi zajistila v té době více než desetinásobek průměrného příjmu v ČR a od té doby řídím svůj business tak, aby byl stabilní a rostl, o užití jsem se skutečně nikdy strachovat nemusel.

Kdo umí vašim argumentům lépe naslouchat, když představujete nový výrobek – ženy, nebo muži?

Jak jsem již naznačil, těžištěm mojí práce je spíše budování obchodních týmů, než představování produktů. Mojí velkou výhodou je, že dnes mám ve svojí organizaci řadu lidí, kteří z pozice svého vzdělání nebo svojí původní profese, mají mnohem lepší odborné předpoklady pro představování produktů než já. Obecně se reakce na nové produkty samozřejmě liší podle druhu výrobku. Jinak reagují ženy a muži na novou řasenku a jinak na výživový prostředek podporující svalovou hmotu. Skvělé na podnikání s Amway je však to, že díky širší výrobkovému portfoliu může svou nabídkou produktů oslovit téměř každého.



Protože jsem však během zhruba pětiměsíční kariéry dosáhl úrovně 21%, která mi zajistila v té době více než desetinásobek průměrného příjmu v ČR a od té doby řídím svůj business tak, aby byl stabilní a rostl, o užití jsem se skutečně nikdy strachovat nemusel.

Roman Čížek



Jak vnímá pánská klientela nabídku doplňků stravy, jako jsou přípravky s vitamíny a minerály? Konzumuje ve snaze pečovat o své zdraví více než dříve?

Wellness a zdravý životní styl je dnes bezpochyby trend, který přijímá stále více lidí. Nejen pánská klientela, ale i ženy, rodiče dětí, lidé v důchodovém věku – prostě lidé napříč celou populací si díky medializaci vědeckých poznatků stále více uvědomují, že kvalitní potravinové doplňky jim mohou pomoci k lepší imunitě, odolnosti vůči civilizačním chorobám, k lepší kondici, vzhledu, vyšší pracovní výkonnosti atd. Potravinové doplňky Nutrilite patří ve své kategorii k nejlepším na světě a jejich spotřeba neustále roste.

A nemám ani ten nejmenší důvod hledat cokoli jiného.

Zdravý životní styl společnost Amway svým výrobním programem podporuje stále více – oč mají vaši zákazníci největší zájem?

Dlouhodobě se největšímu zájmu těší základní multivitaminový a multiminerální přípravek Double X, se kterým má značka Nutrilite úspěch nejen u běžné populace, ale i u vrcholových sportovců – např. hráčů slavného fotbalového velkoklubu AC Milan. Velmi populární jsou též přípravky podporující redukci tělesné hmotnosti, kloubní výživa a samozřejmě produkty na podporu imunity. Velmi vyhledávané jsou i dětské verze potravinových doplňků, které ve stále větší míře nakupují rodiče svým dětem.



Lidé se vracejí z dovolených, firmy však již myslí na Vánoce. Jak se na ně chystáte s portfoliem jmenované značky vy?

V předvánočním období, které je již v plném proudu, budeme již tradičně s našimi spolupracovníky pořádat v mnoha městech České republiky, pro stále i potenciální klienty řadu veletrhů a prezentací našich produktů a služeb. Výhodou našeho podnikání je však to, že se jako mnoho jiných obchodních firem nemusíme spoléhat pouze na vánoční nákupy, ale jsme schopni náš obrat realizovat celoročně a nezávisle na sezónních výkyvech.

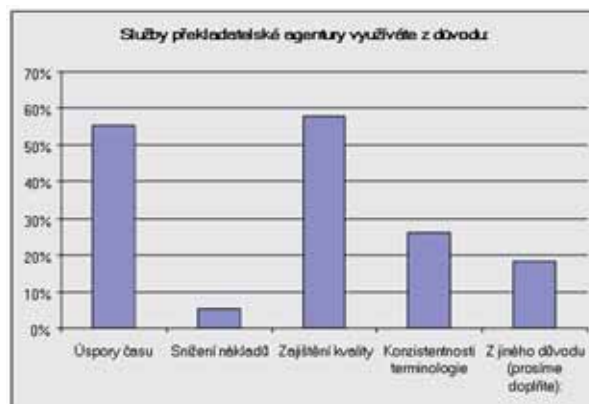
otázky připravila Eva Brixi



Spokojenost s překlady a tlumočením...

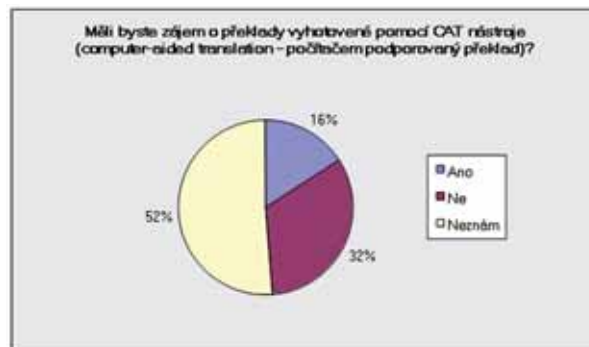
Přední jazyková agentura Channel Crossings uskutečnila v červnu rozsáhlý průzkum zaměřený na spokojenost klientů s poskytovanými službami. V rámci tohoto průzkumu byla oslovena více než stovka firem, které od agentury pravidelně odebírají překladatelské nebo tlumočnické služby. „Zajímalo nás, zda jsou klienti se službami spokojeni a jaké další požadavky na dodavatele překladů a tlumočení mají,“ uvedl Vítězslav Bican, výkonný ředitel společnosti Channel Crossings.

Z průzkumu vyplynulo, že mezi hlavní důvody, proč respondenti využívají překladatelskou agenturu, patří úspora času a garance kvality. Dalšími faktory je jednodušnost terminologie, ale též potřeba soudně ověřeného překladu či překladu do různých světových i exotických jazyků.



Pokud jde o samotný výběr agentury, respondenti si vybírají nejčastěji na základě garance kvality a rychlosti zpracování zakázek, následně je hodnocena flexibilita a osobní přístup. Velkou roli ve výběru hrají také reference a osobní doporučení. Za zmínku jistě stojí, že finanční kritérium se dostalo až na poslední místo. V přímém porovnání poměru důležitosti kvality a ceny byla kvalita opět vítězným faktorem, a to v 60 %.

Další zajímavé zjištění přinesl dotaz na CAT nástroje (Computer Aided Translation), což je software fungující na principu tzv. překladové paměti. O překlady vyhotovené pomocí těchto nástrojů má zájem pouhých 16 % respondentů, celých 52 % oslovených tyto nástroje nezná a 32 % je nechce využívat.



Průzkum také zjišťoval, o jaké další jazykové služby respondenti projevili zájem. Jedná se zejména o korektury, překlady se soudním ověřením, překlady méně běžných jazyků, tlumočení, e-learning a firemní jazykové kurzy. Respondenti oceňují, že v případě využití více služeb mají možnost získat od Channel Crossings cenové zvýhodnění a být zařazeni do věrnostního programu.



Channel Crossings

JANŮVKA ŠKLA • STOROV V ZAMBAČI • PŘEKLADY A TLUMOČENÍ • PŘEKLADY 60

Další informace o průzkumu i nabídce jazykové agentury Channel Crossings najdete na www.chc.cz.

(tz)

Svět piva je v Intersparu

O tom, že není pivo jako pivo a každý druh se hodí k jiné příležitosti, se od konce srpna mohou přesvědčit zákazníci INTERSPARU. Společnost SPAR ČOS ve spolupráci s Plzeňským Prazdrojem připravila ojedinělý projekt Svět piva, který napomáhá k lepší orientaci při výběru a nákupu tohoto oblíbeného nápoje. Zcela nový koncept prodeje přehledně prezentuje a zároveň poskytuje informace o pivu a jeho druzích, o výjimečnosti českého piva a jeho typických vlastnostech a o chráněném zeměpisném označení České pivo. V neposlední řadě inspirovuje k využití tohoto nápoje v rámci gastronomie a nabízí pohodlný a kulturní nákup. Zákazníkům představili novou pivní sekci v Intersparu Praha Štěrboholy šéfkuchař Zdeněk Pohlreich společně s Václavem Berkou, obchodním sládkem pivovaru Plzeňský Prazdroj.

„Mnoho lidí v dnešní uspěchané době nemá čas a trpělivost na to, aby zboží hledali. Pivní svět jim umožní rychle se orientovat v přehledné nabídce piv, která je doplněna informacemi, které zákazníci zajímají. Dozví se, z jakých surovin se piva vaří. Nabídnou také tipy, jak spojit pivní chuť s pokrmy připravenými z čerstvých potravin,“ řekl k projektu Martin Ditmar, generální ředitel SPAR ČOS. „Věřím, že Pivní svět ještě více zpříjemní nakupování ve vybraných prodejnách INTERSPAR a zároveň je bude inspirovat k nevšedním kulinářským a pivním zážitkům. Jsme přece pivním národem a pivo se dá využít v gastronomii dokonale. Náš navigační systém ve Světe piva by se měl stát inspirací nejenom k nákupům, měl by ale vyvolat i chuť uvařit něco dobrého,“ dodal Martin Ditmar.

První speciálně upravené plochy Pivního světa byly zrealizovány v hypermarketech INTERSPAR v Praze Štěrboholích a v Mladé Boleslavi v ulici Jičínská. V následujících měsících letošního roku se představí v dalších dvou prodejnách. V průběhu roku 2013 se zákazníci na Svět piva mohou těšit v dalších hypermarketech INTERSPAR po celé České republice.

„Víme, že spotřebitelé mají rádi pivo, které považují za český národní nápoj. Snažíme se jim nabídnout nejlepší pivní zážitky a portfolio našich značek prezentujeme v obchodě unikátním způsobem a na správném místě. Nový koncept vytvoří inspirativní prostředí a zjednoduší nakupující orientaci i volbu piva v pivní sekci. Věřím, že Svět piva nabídne příjemné zážitky z nakupování a že vylepší pivní kulturu v oblasti baleného piva,“ poznamenal Doug Brodman, generální ředitel Plzeňského Prazdroje.



Čtveřice jmenovaných šéfů při uvedení projektu Svět piva do života

Cílem nové pivní sekce je, aby se stala povzbuzujícím místem k nákupu, kde se lidé zároveň vzdělávají o tom, jak se pivo vyrábí a z jakých surovin. V neposlední řadě se nakupující dozvědí, jak pivo, které si přinesou domů, správně servírovat a skladovat, tak aby si ho vychutnali v té nejlepší kvalitě.

(tz)



Ve Světe piva se každý může přesvědčit o tom, že různá piva jsou vhodná pro různé příležitosti, a také že pivo lze velmi dobře využít při vaření. Každé pivo má trochu jinou recepturu, a tedy odlišnou chuť, a proto dává vyniknout i jinému pokrmu. Zde je několik tipů a doporučení od skutečných specialistů, Václava Berky, staršího obchodního sládky z Plzeňského Prazdroje, a šéfkuchaře Zdeňka Pohlreicha:

Králík na švestkách v černém pivu

4 porce:
1 králík
200 g slaniny
sůl a pepř
3 jalovce
5 dcl piva Kozel Černý
1 lžice másla
200 g sušených švestek
petrželka

Postup:

Králika nasekáme na porce, protkeme proužky slaniny, osolíme, opepříme a dáme do pekáče. Přidáme maslo, jalovec, švestky a podlijeme pivem. Pečeme při teplotě 170 °C do krásné červené barvy, asi 2 hodiny. Během pečení přeléváme maso vypěčenou šťávou a podle potřeby doléváme horkou vodu. Podáváme s různě upraveným bramborem a hlávkovým salátem.



Vepřový bůček vařený v černém pivu s medem

4 porce:
600 g vepřový bůček s kostí
3 cibule
4 stroužky česneku
1 karotka
½ celeru
4 bobkové listy, 3 celé pepře a 2 kuličky nového koření
sůl
4 velké lžice medu
5 dcl Kozel Černý

Postup:

Bůček na kůži nařízneme do mřížky. Omyjeme ho, dáme do hrnce, zalijeme pivem a doplníme vodou. Dáme vařit. Přidáme nakrájenou karotku, celer, koření, rozkrojené cibule, česnek a med. Pomalu varíme do měkka. Měkký bůček přendáme do pekáče a necháme pod grilem asi 10 minut zezlátnout. Šťávu scedíme a svaříme o jednu třetinu. Bůček nakrájíme na kostky, maso dáme do misek a zaléváme horkou šťávou. Podáváme s pečivem a dobře vychlazeným Kozlem Černým.

Značka PRIM – v Čechách se narodila a dodnes tu žije

Na své první hodinky se pamatuji moc dobře. Dostala jsem je k osmým narozeninám a vůbec se mi nelíbily. Připadala jsem si v nich jako moje babička, a jakmile jsem si je nasadila na ruku, rázem se z rozjívěné holky stala o padesát let starší paní. Hodinky našťastí skončily originálním způsobem na smetišti dějin, ani se to sem nehodí psát, a já věděla, že poté, co si vyberu jiné a třeba daleko prostší, se zase budu chovat tak, jak to ke mně patří. Už tenkrát jsem si uvědomila, co dokáží hodinky s dušičkou člověka udělat...

Ale názorů na to, jaké mají náramkové hodinky vlastně být, je asi tolik jako lidí na této zemi. Je také pravdou, že hodinky a muž je spojení úplně jiné než hodinky a žena a že je to tak dobře. V jemné mechanice strojků bývá zakletý svět rodu mužského a jen pánové vědí, jak to právě v takovém světě tiká, bliká a chodí. Značka PRIM má úžasné jméno, tradici a filozofii. Její majitel Petr Hanko mi do ní dal nahlédnout:

Značku PRIM nepřekonala ani sametová revoluce ani čas digitalizace. Našla si své místo na trhu a stále za ní zůstává svérázná stopa. Jak byste ji dnes charakterizoval?

V současné době se naším přístupem k výrobě snažíme navázat na odkaz, který si značka PRIM nese z minulosti. Vyrábíme dostupné a kvalitní hodinky pro běžné nošení, i společenské příležitosti. Za využití nových technologií a materiálů se snažíme produkovat stejně kvalitní a spolehlivé hodinky, jaké vyráběly generace hodinářů před námi.

V čem je její jedinečnost?

Především se jedná o tradiční českou hodinářskou značku a naše výroba je stále situována do Čech, kde hodinky procházejí rukama našich hodinářských odborníků. Také proto mám značku PRIM tak rád – v Čechách se narodila a dodnes tu žije.

Máte atraktivní reference, VIP klientelu...

Značka PRIM čas od času spolupracuje s VIP osobnostmi, pro něž vytváří limitované kolekce hodinek. Takové akce jsou jednak příjemným zpestřením běžného portfolia a značky, a zároveň se nám díky tomu rozšiřuje klientela o zajímavé lidi, kterých si vážíme.

Kde si zájemci mohou vaše hodinky koupit? Určitě nejen přes eshop, ba asi naopak... Můžete za klientem i zajet, třeba domů, do firmy?

Momentálně mají zákazníci možnost nejširšího výběru hodinek PRIM právě na eshopu přímo na stránkách www.prim-hodinky.cz. Samozřejmě je naše značka zastoupena také v mnoha kamenných prodejnách, kde je možné si hodinky prohlédnout a vyzkoušet.

Vaše výroba se však také pojí se značkou kvality CZECH MADE – co vám to přináší?

Označení CZECH MADE je důkazem o špičkové úrovni hodinek PRIM, čehož si velice vážíme. Zároveň toto označení vnímáme jako určitou motivaci a hna-

Petr Hanko



cí motor k budoucí práci. CZECH MADE je pro PRIM odměnou za kontinuální kvalitní činnost.

Jakým způsobem s označením CZECH MADE pracujete, jak se jím chlubíte?

Jak jsem již naznačil v předchozí odpovědi, primárně nám nejde o to chlubit se dosaženým označením. Snažíme se hlavně o to, abychom zákazníky přesvědčili, že si značku CZECH MADE zasloužíme a že je pro nás závazkem udržení nastaveného standardu hodinek PRIM. Ostatně tento standard nám nastavuje už sama tradice, na kterou PRIM neustále dbá.

Atraktivní design je výrazem českého umu?

Přesně tak. Hodinky PRIM neustále odráží zejména šikovnost a poctivost českých odborníků. Naše nové kolekce vznikají ve spolupráci s vynikajícími českými designéry.

Ve vaší nabídce jsem viděla zpravidla jen pánský sortiment. Dámské hodinky nevyrobíte?

PRIM hodinky samozřejmě již nejsou určeny jen pro muže. Máme také atraktivní dámské kolekce a velmi oblíbené jsou i dětské primky.

ptala se Eva Brixí





...na začátek

Dočetli jste až sem? To jste nám udělali radost. Stejně jako jsme vám ji chtěli udělat my. Prosperitou Fresh Time.

Právě vyšla a držte ji v ruce. Naši novou přílohu. Dlouho jsme přemýšleli, kdy vydat první číslo, kdy bude ten správný čas. Pak jsme zjistili, že čím později, tím hůře, proč tedy otálet. Máte před sebou titul, který bychom rádi věnovali mužům – podnikatelům, manažerům, majitelům, šéfům, ředitelům, předsedům, prezidentům, vedoucím, investorům, osobnostem. Těm, kteří se pohybují v businessu, mají zdravé sebevědomí a nechybí jim odvaha se prezentovat, hovořit a psát o svém příběhu, povzbudit ostatní k témuž. Rádi nabídneme naše stránky těm, kteří považují vystupování v médiích za nedílnou a prospěšnou součást vytváření vlastní image, za svůj pozitivní stín, za nutnost, která v dobrém slova smyslu prospěje nejen jim, ale i mnoha ostatním lidem, jež utvrdí v myšlence, že podnikání nebo manažerská práce mají širší rozměr než pouze osobní prospěch, umění vydělávat peníze či je rozumně zhodnocovat a utrácet.

Nevím, zda jsme se trefili do vašeho vkusu a očekávání. Snažili jsme se však načrtnout směr, vizi, představu, kterou budeme postupně utvářet a spolu s vámi pilovat. Námětů, o čem napsat, není málo, spíše jich přebývá a přibývá. Lze přidávat stránky, Fresh Time může být brzy dvojnásobná, pokud nás podpoříte v iniciativě, nadšení i vaší chutí inzerovat.

Pár benefitů máme – snahu o poctivou práci, korektnost, tvořivou energii, o kterou se náš tým bude rád s vámi dělit. Dokážeme se nadchnout a poučit. Spolu s vámi se potřebujeme radovat z pěkných věcí kolem, sdílet zajímavé názory a publikovat pozitivní myšlenky. Nebudeme otevírat dveře ložnic a dívat se vám v kuchyni pod pokličku. Zavřené necháme dveře soudních síní a nehodláme rozebírat ani to, kdo jezdí jakým autem a proč.

Věříme totiž, že v každém čínorodém člověku je hodně zajímavého, originálního, nenapodobitelného, převážně dobrého, krásného. I detail může být pro druhého inspirací, začátkem, impulzem. Ať již v osobním životě, v kariéře, v podnikání, v dárcovství.

Neradi bychom vám, hodně zaneprázdněným, brali čas, nemáte ho nazbyt. Přesto nás povzbudí, když zalistujete, zavoláte, pošlete mail. Když nás přivedete na práh svého podniku, ukážete, v čem vaše firma vyniká, pozvete k ochutnávce úspěchu, který je ozvěnou vašeho úsilí.

Prosperita Fresh Time bude vycházet občasně, nepravidelně, tím více se možná budete těšit. Další vydání čkejte v listopadu. Už ho připravujeme. S veselou myslí – o vás a pro vás. A nebudeme jen vážní a upracovaní, nebojte se! Špetkou humoru budeme kořenit, pochoutky budou opravdu fresh.

Eva Brixi, šéfredaktorka

Prosperita Fresh Time

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 1, září 2012
Vydává RIX, s.r.o., Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9
šéfredaktorka: Eva Brixi
e-mail: brixii@prosperrita.cz, mobil: 602 618 008
obchodní ředitel: Martin Šimek
e-mail: martin@prosperrita.cz, mobil: 606 615 609
redakční tým: Pavel Kačer, Jiří Novotný, Kateřina Šimková
zlom: Karel Švihel
korektury: Mgr. Pavla Rožničková
tisk: H.R.G. spol. s r.o., distribuce: 5P Agency
www.freshtime.cz

Placené textové materiály jsou označeny grafickým symbolem

Nespoutanost v Tommy Hilfiger FREEDOM

Muži mají vonět. Nejen energií, kterou po nich ženy vyžadují. Vůně je indikátor osobnosti. Využívejte toho.

Oprostěte se od starostí a vydejte se na nespoutanou plavbu životem. Nová vůně pro muže, kteří potřebují volnost a nekonečné možnosti, pro muže otevřené, živelné, co milují život.

Vychutnejte si pocit svobody v nové vůni Tommy Hilfiger FREEDOM. Šalvěj propůjčuje vůni slanou vlhkost a představuje mořský vítr. Vetiver spolu s dalšími dřevinami poskytuje sebevědomou mužnost. Společně tyto tóny vytvářejí na pleti vzrušující interpretaci slunce, soli, vody, větru a písku.



Exkluzivně
v parfumeriích
Sephora
od 1. 11. 2012.

30 ml EDT 1090 Kč
50 ml EDT 1390 Kč
100 ml EDT 1790 Kč

(red)



soutěž

Hravě s NESCAFÉ DOLCE GUSTO

Vytvořte si domácí kavárnu s designovým kávovarem NESCAFÉ DOLCE GUSTO Circolo od značky Krups. Kávovar Circolo získal dvě prestižní ceny – Red Dot Design Award a iF Design. Tento automat se systémem Play&Select sám zastaví tok vody podle připravovaného nápoje. Stačí na vrchní straně kávovaru navolit pomocí kolečka, tzv. mouse wheel, počet čárek, které jsou viditelně vyznačeny na každé kapsli. Přístroj je speciálně navržen tak, aby příprava kávy byla rychlá, čistá, jednoduchá a hravá. Vybrat můžete z 27 různých variant nápojů – od Espresso přes čokoládu Nesquik až po kořeněný černý čaj s mlékem Chai Tea Latte. Jako jediný kapslový systém na trhu umožňuje také přípravu studených nápojů.



Pokuste se uhodnout soutěžní otázku:

Jak velký je tlak vody, který vychází z čerpadla kávovaru a je srovnatelný s profesionálními espresso přístroji?
5 barů; b) 10 barů; c) 15 barů.

Nápovědu hledejte na www.dolce-gusto.cz. Pokud rádi soutěžíte, zapojte se do naší celoevropské soutěže EURO DESIGN CONTEST, kterou najdete

na <https://www.facebook.com/dolcegustoczsk>.

Odpovědi na naši otázku posílejte na e-mail adresu: brixii@prosperrita.cz nejpozději do 15. 10. 2012. Ze správných odpovědí vylosujeme jednoho výherce, který získá kávovar NESCAFÉ DOLCE GUSTO Circolo od značky Krups.

Bona Dea víno pro zdraví

první červené české víno s vyšším obsahem přírodního antioxidantu – resveratrolu

Vědecké studie¹ potvrzují **příznivé účinky** zdraví prospěšných látek obsažených ve víně (nejznámějším představitelem je resveratrol) především u nemocí:

kardiovaskulární choroby

prevence nádorových onemocnění

poruchy plodnosti žen i mužů

cukrovka – Diabetes mellitus 2. typu

degenerace mozku

Víno Bona Dea je stejně vhodné pro muže i ženy.

Přední lékařští odborníci doporučují konzumaci vína

u mužů maximálně 2 až 4 dcl, u žen 2 až 3 dcl i každý den.

V životě žen

jsou zejména dvě období, kdy se může příznivý účinek přiměřeného pití vína kladně projevit na zdraví

1. Období plánování založení rodiny

Dánská studie, ve které bylo dotazováno téměř třicet tisíc žen, potvrzuje, že nejpozitivnější vliv na plodnost mělo právě pití vína a konzumentky vína (2 dcl/den) **ve 30 % otěhotněly v průběhu jednoho roku.**

2. Období perimenopauzy a menopauzy (období po 40. roku života ženy)

Prodlužuje se délka života žen zejména v období menopauzy, kdy je počet onemocnění na srdeční infarkt, ale také na cévní choroby, nejvyšší. **Úmrtnost žen na srdeční a cévní onemocnění v České republice je rovněž již po několik let vyšší než u mužů.** V roce 2008 to bylo **o celých 10 %.** Střídmé pití alkoholu chrání proti vzniku onemocnění srdce a cév všechny ženy bez ohledu na věk.

Výzkumy Davida Sinclaira z bostonské Harvard Medical School naznačují, že **resveratrol obsažený ve víně zpomaluje stárnutí buněk srdce a mozku,** jež jsou obzvláště citlivé k degeneraci v pokročilejším věku.



U mužů

jsou především dvě období jeho života, kdy se může příznivý účinek přiměřeného pití vína projevit

1. Období plánování založení rodiny

Stále více se setkáváme s poruchami plodnosti na straně mužů, kdy dochází ke snížení počtu živých spermií i k poruchám jejich motility. **Pití přiměřeného množství vína u mužů má pozitivní vliv na jejich psychiku a tím i schopnost zvládat stres.**

2. Období po 40. roku života muže

Do dnešního dne bylo publikováno několik stovek prací o pití alkoholu a jeho vlivu na zdravotní stav, které vesměs svědčí o tom, že mírná konzumace alkoholu skutečně **snižuje nejen riziko srdečního infarktu, ale i úmrtnost na něj.** Z výsledků těchto studií vyplývá snížení rizika srdečního infarktu **o 30–80 %.**

Podle francouzských vědců je pravidelná a mírná konzumace vína také způsob, jak se vyhnout infarktu u lidí, kteří mají jeden infarkt za sebou. Muži, kteří konzumovali dvě skleničky vína denně, na rozdíl od abstinentů **snížili riziko druhého infarktu o 50 %.**

Mezi muži středního věku, tedy již po padesátce, **narůstá nejen riziko srdečních a cévních onemocnění, ale i riziko rakoviny prostaty.** Příznivé účinky pití vína nelze tedy ignorovat.

¹ www.vinoprozdavi.cz/lecebny-potencial-resveratrolu/
zdroj: www.vinoprozdavi.cz

Základz prodeje alkoholických nápojů osobám mladším 18 let.



RESVINIA
wine partner

Pro objednání vína Bona Dea, v internetovém obchodě
www.vinoabobule.cz s dopravou po celé ČR **ZDARMA,**
použijte tento unikátní kód **12142**





Dokážeme Vás podržet ...



... i v situaci, kdy je třeba jednat opravdu rychle. Peníze za postoupené pohledávky budete mít na účtu nejpozději do druhého dne.

www.csobfactoring.cz