Duben 2013 / 4 Vychází jako příloha časopisu Prosperita®

Muž, který ví, co chce

Pro muže v nejlepších letech, s nejlepšími úmysly, nejlepšími nápady a nejlepšími výsledky

Michal Vaněček
Jaroslav Pejčoch
Vladimír Feix
Petr Pavlík
Jiří Kořen
Josef Ježek
Zdeněk Maška
Jan Kruntorád

fresh TIME® PROSPERITA

Vyrostli jsme na tom, že umíme udělat to, co obvykle nejde, kde se vyskytl nějaký průšvih či chybí myšlenka. Pěstujeme si schopnosti kreativního zpracování dané situace, vyplnění mezery, prosazení nového nápadu.

Ing. Michal Vaněček, Ph.D., MBA
Ing. Jaroslav Pejčoch

spoluvlastníci společnosti T-SOFT
a zakladatelé nadace T-SOFT ETERNITY

rozhovor o podnikání, seberealizaci, nápadech, humoru a dobrých skutcích

str. 2, 3, 4

Co pomáhá se z businessu nezbláznit

Nevím, jak poděkovat nebi, že mi seslalo tak vynikající chlapy k rozhovoru, o němž jsem věděla, že se podaří. Ne, vážně, nejsem trhlá novinářka, která se nechává unést tím, co není pravda. Naopak, po pravdě jdu, snad i rozumně, pokud to má smysl. O firmě T-SOFT, a.s., a její nadaci T-SOFT ETERNITY jste na stránkách Prosperity, Madam Business i Fresh Time četli. A můžete číst dál, protože vám slibuji, že to vždy bude stát za to. Přesně jako následující řádky. Představuji vám jimi zase v novém světle dva společníky: Ing. Michala Vaněčka, Ph.D., MBA a Ing. Jaroslava Pejčocha. Dvě osobnosti, s nimiž je fakt radost spolupracovat. Dva muže, kteří se snaží jít po stopě budoucí s rozverností sobě vlastní, kteří rozumem provokují k dobrému činu.

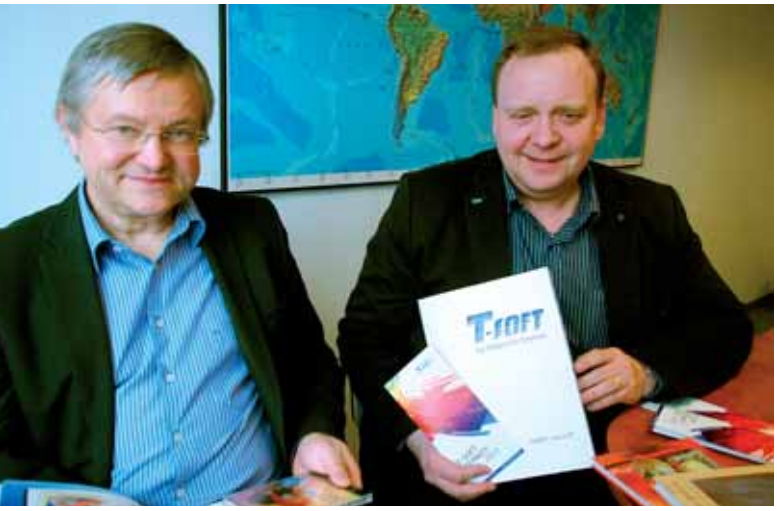
Liší se podnikání v IT od podnikání v erotickém průmyslu?

M. Vaněček: Na obojí potřebujete lidi, nějaké vybavení, prostory. Kdybych to vzal třeba podle normy ISO 20000 na poskytování služeb v IT, tak musíte mít nějaký katalog služeb, tj. co nabízíte. Určitě řešíte incidenty, problémy, rozpočtování jakbysmet. Personální management, aby byly dostatečné kapacity. Viděl jsem kdysi dokonce krásnou příručku pro japonský bordel dle ISO 9001.

Řekl bych, že v tom principiální rozdíl nebude (smích). Navíc vás i v tomhle businessu každou chvíli někdo zmr.á, takže to vyjde skoro nastejno.

J. Pejčoch: Nedokážu to srovnat. S erotickým průmyslem nemám zkušenosti ani jako podnikatel, ani jako zákazník. Mohu jenom předpokládat, že z hlediska principu to bude podobné. Že existuje výroba a služby, materiál a zaměstnanci, případně kontraktoři, prostory k podnikání a jejich vybavení, že se musí dodržovat bezpečnostní předpisy a tak podobně. Nevím, jak je to s případnými licencemi, patenty a jinými IPR (Intellectual property rights), které jsou pro IT business dost klíčové. Ale to je možná přechodný jev, vždyť ten „náš“ průmysl je tu teprve pár let a možná se ty SW domy časem stanou veřejnými.

Nealko koktejlem podle firemního nápojového lístku vítají v T-SOFT každého hosta



Ve chvíli, když bojujete s větrnými mlýny, netoužíte stát se po letech zase zaměstnanci?

M. Vaněček: Zaměstnanci to mají mnohdy lehčí, mohou dát výpověď a odejít. Z vlastní firmy se takhle snadno odejít nedá. Ale ne, neměnil bych.

J. Pejčoch: To mne zatím nenapadlo. A kromě toho, s větrnými mlýny jsem bojoval i jako zaměstnanec ve výzkumáku. Asi bych se neuměl schovat za pracovní smlouvu a ukázat, že „to tamti tam nahoře“. A také vlastní zaměstnance beru spíš za kolegy a očekávám, že budeme případně bojovat společně. Na druhé straně máte dost velký prostor k seberealizaci, a to zas není tak úplně k zahození.

M. Vaněček: Je to tak. Není komu vynadat. Ale jsme dva, tak si občas nadáváme navzájem, abychom úplně sociálně nezakrněli.

J. Pejčoch: Také ho nezahazuji, i když bych tu jeho velikost zas úplně nepřeháněl. Přece jen je ten prostor vymezovaný ekonomikou, konkurencí či politikou, takže se člověk musí dost krotit v představách, co všechno a jak by se dalo dělat, ale ano – vážím si toho.

Kudy dnes kráčí vaše firma, jaká je vlastně strategie? Co chce, co může a co nemusí?

J. Pejčoch: Vyrostli jsme na tom, že umíme udělat to, co obvykle nejde, kde se vyskytl nějaký průšvih či chybí myšlenka. Pěstujeme si schopnosti kreativního zpracování dané situace, vyplnění mezery, prosazení nového nápadu. Chceme v tom pokračovat, snad v tom i pokračovat můžeme, a věřím, že nebudeme muset přijmout v poslední době všeobecný trend na výrobu „aušusů“ jen proto, že jsou levné.

M. Vaněček: Víte, základní strategií je, aby firma přežila. A aby se přiměřeně rozvíjela. Osobně neuznávám nesmysly o neustálém zlepšování, stálém růstu apod.

Samozřejmě máme strategii a rozpracované cíle. Ale jeden ze základních principů je nedržet se jich za každou cenu. Všechno se neustále mění a vyvíjí ze dne na den.

Jste dva společníci, každý z vás osobnost, jeden píše knihy, druhý některé texty zhudebňuje, postavili jste na nohy také nadaci s chvályhodným programem, to je docela slušná image. Jak to vnímáte? Je to radost, určitě...

M. Vaněček: Tohle je úplně úžasný. Děláme IT business, velké informační systémy, jako jsou třeba i takové, o kterých se nesmí mluvit. A vedle toho já píšu pohádky, jako nadační projekt pro děti to necháme namluvit, Jarda k tomu udělá skvělou muziku, já myslím, že je to bezvadná kombinace. Taky to napomáhá se z toho businessu nezbláznit.

J. Pejčoch: Je to radost a také ochrana proti zblbnutí. Jednostranná práce dovede člověka uštvat k smrti, my jsme ale oba tak trochu renezanční osoby s více zájmy, takže pohyb v jiných dimenzích bereme jako skoro samozřejmý.

M. Vaněček: Jak poznáme, že jsme nezblbli?

Ing. Jaroslav Pejčoch

Proč jste vlastně založili nadaci?
M. Vaněček: Přišlo nám to jako dobrej nápad, někomu pomáhat.

Business vás oba baví, máte nápady, dokážete se překlenout přes všední starosti a průšvihy. Není toho až moc? Někdo vám musí zákonitě závidět.
J. Pejčoch: Proč moc? Je to tak akorát. Sami jsme si to upekli, sami to jíme. A závist? Já sám touhle nemocí netrpím, takže si ani nemyslím, že musí být zákonitá. To bych se už musel obávat, že čtyři děti, které mám, jsou až moc a někdo mi je musí zákonitě závidět...
M. Vaněček: Všechno je relativní. Můžeme si závidět všichni navzájem. Já měl před šesti lety rakovinu, a pak jsem takhle jednou seděl na pivu s panem profesorem, který mne několikrát operoval. A říkal jsem mu, jak mu vlastně závidím, že zachraňuje lidi a že je to poslání atd. On se napil důkladně a smutně pravil, že mi to nechtěl říkat, ale že hrozně závidí mně, že mám firmu, a vytváříme něco trvalého. Že jemu, i kdyby se zbláznil, i ten úplně nejúspěšnější pacient stejně jednou umře. A tak jsme tam tehdy pili jedno pivo za druhým a hrozně jsme si navzájem záviděli.

Chceme v tom pokračovat, snad v tom i pokračovat můžeme, a věřím, že nebudeme muset přijmout v poslední době všeobecný trend na výrobu „aušusů" jen proto, že jsou levné.

O jaké zakázce sníte?
M. Vaněček: Smlouva bez výběrového řízení, asi tak na 100 let, která by bez práce živila celou firmu?
Takový socialistický sen?
Já bych řekl, že bychom chtěli udělat celostátní systém krizového řízení. Ten jsme kdysi a několikrát celý vymysleli, jenže nebyla politická vůle jej zrealizovat.
J. Pejčoch: O velkém systému, s dlouhodobým rozvojem a užitím, kde můžeme uplatnit všechno, co umíme, přinést nové nápady a zařídit jejich realizaci. Už se nám to párkrát podařilo, některé naše „výrobky" s celostátní působností tento charakter mají a fungují bez průšvihů už třeba více než 10 let, což je v našem oboru velká výjimka. Na druhé straně v několika případech, kdy jsme byli (a třeba ještě jsme) naprosto přesvědčeni, že víme jak na to, se to třeba u nás nepodařilo a uspěli jsme spíše v zahraničí. Ale třeba ještě není všem dnům konec.

Pracovat pro státní správu podle mnohých znamená přijít k nejlukrativnějším kšeftům a spoustě peněz. Je to tak?
J. Pejčoch: Státní správa je dobrá zejména v tom, že právě tam se dají dělat velké a složité systémy a vzhledem k rozpočtovému řízení není problém s placením odvedené práce. Na druhou stranu získat takovou zakázku není vůbec jednoduché a rychlé, a vyžaduje to spoustu specifických znalostí a zkušeností.
M. Vaněček: Podle mnohých to tak asi je. Ale je i dost těch, kteří vědí, že to je řehole. Absolvovat veřejnou zakázku není žádná legrace, ceny se teď srážejí dolů, až si myslím, že rizikově moc. To se státní správě bohužel ještě vrátí, protože všichni začnou dodávat aušus za nejnižší cenu. Ale výhoda je, že státní správa vám vždycky zaplatí. To je v soukromém sektoru spíše naopak.

Nebojíte se výběrových řízení?
M. Vaněček: Výběrová řízení jsou náš denní chleba. Spíš se bojíme toho, že zadavatel je nezvládne zúřadovat. Není pak výjimkou, že se soutěž zruší, i několikrát. Zájemce o tu zakázku to stojí strašlivé peníze. Takže i v návaznosti na tu předchozí otázku – někdy to vypadá jako lukrativní kšeft a ve finále jste ráda, že nejste ve ztrátě.
J. Pejčoch: Výběrových řízení samotných se nebojíme – je to standardní prostředek pro získání optimálního plnění dané potřeby. Nicméně se obáváme způsobu, jakým se v poslední době k zadávání a výběru zakázek přistupuje – že se poměrně složité a nejasné věci vybírají podle ceny. Když budu vybírat šroubky M3 podle vlastností z katalogového listu, pak určitě cena může být rozhodujícím kritériem. Řeknu-li však, že chci postavit dům nebo vybudovat informační systém a přesně ještě nevím jaký a třeba ani netuším, jací kostlivci se ve skříni mohou skrývat, pak je minimální cena cestou do pekel. Mohu se pak dočkat toho, že na záchod nepovedou dveře, neb jsem si je explicitně nevyžádal...
M. Vaněček: A když povedou na záchod, nepovedou z něj ven...

Proč se jmenuje firma T-SOFT, a.s.?
M. Vaněček: Je to zkratka Top Solution for Tomorrow – nejlepší řešení pro zítřek. Ale úplnou historickou genezi prozradí asi kolega.
J. Pejčoch: Řeknu to po pravdě. Začínali jsme v Tesla-VÚST A.S. Popova, kde jsem se, zřejmě díky bojům s větrnými mlýny, stal po revoluci ředitelem IT divize

KUTNOHORŠTÍ SKŘÍTCI

Víte, základní strategií je, aby firma přežila. A aby se přiměřeně rozvíjela. Osobně neuznávám nesmysly o neustálém zlepšování, stálém růstu apod.

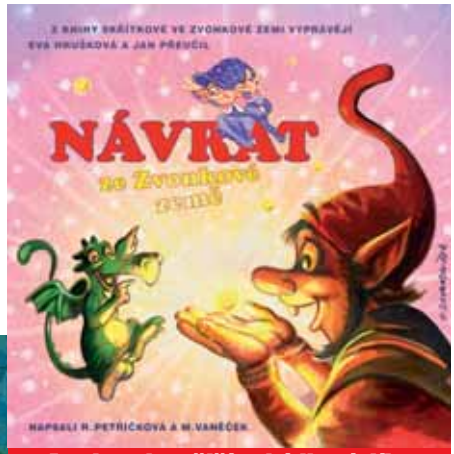
Ing. Michal Vaněček, Ph.D., MBA

a v rámci převlékání z bílého pláště do saka a kravaty jsme s kolegy začínali vymýšlet business. Hrdi na svou značku jsme pro divizi vymysleli Tesla Software – T-SOFT a vymysleli speciální logo. Dostali jsme za to co proto, tenkrát se to moc nenosilo. Pokoušeli jsme se tu značku používat i při jednání se zahraničními partnery, kteří tenkrát jezdili do Československa okoukávat situaci a byli často překvapeni, jak jsme, kryti železnou oponou a pětiletým plánem byli schopni vyvíjet špičkový software bez tržního tlaku. Nicméně to plánovité hospodaření a financování se hroutilo a my hledali cestu, jak zachovat aspoň jádro té skvělé party, aby se nerozuteklo montovat PC či mastit jednoduché prográmky ... a tak jsme založili T-SOFT s.r.o. A následně vymysleli novou interpretaci Top SOlution For Tomorrow... Špičkové řešení pro zítřek. Tak, jak se to snažíme naplňovat i dnes. Ze šesti původních majitelů jsme si zbyli s kolegou Michalem a před časem převedli společnost na akciovku. Tak to je celá pohádka.

A v čem si myslíte, že jste hodně dobří?

M. Vaněček: Máme úžasný lidi a necháváme je dělat to, co je baví. A oni jsou schopni uplatnit svůj tvůrčí potenciál, když je potřeba realizovat něco úplně nového, o čem si všichni myslí, že to nejde udělat.

J. Pejčoch: Ve vymýšlení a realizaci nových, a leckdy těžko představitelných věcí, v porozumění tomu, co potřebují naši zákazníci, a přinášení netradičních řešení a (doufám, že to nezakřiknu) v tom, že jsme nevyrobili nikomu žádný průšvih. Přesto, že některé situace, do kterých jsme se „namočili“, průšvihem zaváněly (z technického či časového hlediska), zatím jsme vždy našli způsob, jak z toho se ctí vyjít. Tím nemyslím jen čest naši, ale hlavně čest našeho zákazníka, který třeba něco podcenil, nedomyslel, či z objektivních důvodů se dostal do prakticky neřešitelné situace.



A to je nejnovější pohádkové dílo: Návrat ze zvonkové země

A souhlasím s tím, že máme ve firmě skvělé lidi, kteří raději spolupracují a vymýšlejí nové přístupy, než spolu soutěží a chodí včas do práce.

A také jsme hodně dobří v pohádkách. ...O čem že jsme to vlastně v tomto rozhovoru mluvili?

M. Vaněček: Původně jsme chtěli mluvit jenom o pohádkách, ne? No tak třeba příště...

za rozhovor poděkovala Eva Brixi

A souhlasím s tím, že máme ve firmě skvělé lidi, kteří raději spolupracují a vymýšlejí nové přístupy, než spolu soutěží a chodí včas do práce.

RENOMIA

KOMPLEXNÍ SLUŽBY V OBLASTI POJIŠTĚNÍ A RISK MANAGEMENTU

Sloužíme Vám s radostí

- Nejvýhodnější cena a podmínky
- Nejsilnější firma na trhu hájí Vaše zájmy
- Individuální péče jedinečného týmu odborníků
- Služby ve 135 zemích světa
- K dispozici nepřetržitě, mimořádné nasazení
- Komplexní služby, moderní ochrana rizik
- Nadstandardní řešení škod ve Váš prospěch

www.renomia.cz

U jedné firmy jsem 66 let

Společnost Český porcelán, výrobce porcelánu s modrou krví, slaví letos 100 let nepřetržitého užívání původní tovární značky v Čechách. Před stoletím byla totiž zaregistrována jako oficiální obchodní název (tradice výroby porcelánu v Dubí ale sahá až do roku 1864). V Dubí se však pod ní neprodukuje jen proslulý modrý cibulák, ale třeba i cibulák veselejší, sedmibarevný. V sortimentu najdete rovněž klasický bílý porcelán, který zahrnuje stovku různých tvarů snídaňových hrnků ve třech tisících dekorech. Určitě je možné tvrdit, že cibulák patří ke stálicím na domácím i světovém trhu a vynikajícím způsobem reprezentuje um, zkušenosti i talent všech, kteří se na designu i výrobě podílejí. Český porcelán je ikona. Stejně tak jako jeho generální ředitel Ing. Vladimír Feix:

Ing. Vladimír Feix

Jste patrně jediný ředitel firmy v České republice, který je na ředitelské pozici tolik let a určitě jediný, kdo řídí tak dlouho českou společnost. Je to skutečnost hodná přípitku. Mohu se v této souvislosti zeptat, kolik je vám roků?

Myslím, že nejsem jediný, který je na ředitelské pozici 42 let, ale snad budu výjimka v působení u jedné firmy v délce 66 let. Jsem rád, že mi ještě není, ale v červnu letošního roku mi bude 81 let.

O porcelánce toho víte více než historici. Znáte každý vzor, tvar, v paměti máte diskuze o investicích, ruku jste si podal se všemi zaměstnanci, přátelský vztah udržujete s potomky bývalých majitelů, komunikujete s předními českými výtvarníky, kterým jste dal prostor k uplatnění fantazie, sám zvete zahraniční umělce na hrnková sympozia. Jste legendou, k níž jste se však dopracoval optimizmem, kázní a houževnatostí. Z čeho pramení vaše pozitivní energie?

Nechci tvrdit, že stáří a délka praxe z člověka ve stejné branži činí vševědoucího, ale pamětníka se zkušenostmi to každopádně. Ve své otázce konstatujete, že ruku jsem si podal se všemi zaměstnanci. Od roku 1972 si každoročně podávám ruku při předávání květin v souvislosti se dnem matek, žen a dívek Českého porcelánu. Každé z nich zvlášť a přímo na pracovištích v den jejich svátku blahopřeji, podávám ruku a předávám květinu, vše pokračuje slavnostním obědem a předáváním dárků. Od 15 hodin, kdy oficiální část oslav končí, pokračujeme zábavou, kterou již zajišťuje naše odborová organizace. A co muži? Těm organizujeme každý rok Den mužů Českého porcelánu, který se koná zpravidla v některém z našich pivovarů po celý den, kdy jsem vždy s nimi. Tato nevšední záležitost připadá na závěr měsíce dubna, kolem svátku Jaroslava, a tentokrát to bude již 41. ročník; a na všech předešlých jsem s nimi byl vždy od začátku až do konce. V tento slavnostní den jsme všichni oblečení do stejných triček s nápisy a čepicemi s označením Den mužů a letopočet. Za zmínku stojí i to, že v příštím roce uskutečníme již 50. ročník Plesu Českého porcelánu, odehraje se ve všech sálech teplického divadla.

Dalšími neobvyklými setkáními jsou mezinárodní hrnková a malírenská sympozia. Jsou to bionále a konají se nepřetržitě od roku 1989. Většina jejich originálů bude od letošního druhého pololetí vystavena v Dubí, v bezprostřední blízkosti podniku v nově zrekonstruované budově bývalého kina, která ponese název Dům s modrou krví. Tento dům se tak stane součástí „Porcelánové cesty“ ze Selbu, přes Karlovy Vary, Klášterec a Dubí.

Nepřehlédnutelnými akcemi jsou rovněž tzv. Velké porcelánové trhy, při kterých se ve 20 stáncích nabízí zboží v podstatě ze všech českých porcelánek, při kterých činí tržby více než 1 milion korun za 7 prodejních hodin v jeden den.
K dotazu, z čeho pramení moje pozitivní energie, vám odpovím, že patřím ke znamení blíženců... A a ti jsou nestálí, ale plni fantazie. A já tu fantazii dotahuji do konce, nikoli zcela sám, ale přes své spolupracovníky.

Jste osobnost, která přivolává úspěch. Jste vizionář i vynikající obchodník. Mnozí by se rádi přiučili. Co byste doporučil?
Nerad dávám rady, jak co dělat a řídit. Každé odvětví má svá specifika a potřebuje i odlišné formy jak vnitřních vztahů, tak i rozsah a hloubku úkolů. Za obecně důležitou však považuji nejen jejich kontrolu, ale i nepřehlížení jejich nedůsledného plnění. Nedůslednost vedoucího pracovníka plodí několikanásobnou nedůslednost jeho podřízených. Velkou platnost má i ověřená skutečnost, že chcete-li, aby společnost byla úspěšná, musíte se starat o své lidi, kteří v ní pracují!

Světoznámá značka Český porcelán Dubí letos slaví 100. výročí. Co všechno si pod ni můžeme zařadit?
Sto let neměnnosti tovární značky je zvláštností. Mnohdy se za sto let vymění mnoho majitelů firmy a většina z nich změní k obrazu svému nejen název, ale i zobrazení značky, kterou chrání své výrobky. Naše značka zobrazující korunku byla registrována v roce 1913 u OŽK v Liberci a následně 3. 9. 1923 pak jako mezinárodně chráněná s pravidelnou obnovou v Bernu.

K dotazu, z čeho pramení moje pozitivní energie, vám odpovím, že patřím ke znamení blíženců... A a ti jsou nestálí, ale plni fantazie. A já tu fantazii dotahuji do konce, nikoli zcela sám, ale přes své spolupracovníky.

Neměnnost a století trvání jí dali všichni ti, kteří ji respektovali, takže je dnes po značce Royal Dux druhou nejstarší značkou v odvětví českých výrobců porcelánu. Tato výrobní značka tak po celou dobu své existence identifikuje, chrání a označuje všechny výrobky, které byly za dobu její existence v porcelánce v Dubí vyrobeny.

Proslavili jste se především cibulákem, vzorem, k němuž se váže pěkný příběh. Jaké jsou jeho mezníky?
Snad každý výrobek má, nebo by měl mít svůj příběh. Cibulák vznikl v letech 1929–1939 v Míšni, kde byl vytvořen v tamější první evropské porcelánce Johanem Davidem Kretschmarem, pro výše postavené měšťany. Ve své podstatě se jedná o stylizované asijské motivy. Na okraji talířů se nachází granátové jablko, které je plodem představující bohatství a plodnost. Mnohým však svou podobou připomínalo cibuli, a tak vznikl název cibulák. To je jeho zkrácený příběh. V porcelánce v Dubí je jeho startovací mezník v roce 1885, kdy byla porcelánka pobočkou firmy C. Teuchert se sídlem v Míšni. Od té doby se označovaly výrobky produkované v Dubí až do roku 1956 nápisem Meissen v oválu. Nyní je mimo korunky na cibuláku v oválu nápis Zwiebelmuster. Počet tvarů v cibuláku v roce 2013 je už 670 druhů.

Exportujete do Jižní Koreje, Německa, Japonska, Ruska, na Ukrajinu. Jaké jsou dnes trendy ve vnímání vašeho porcelánu? Co v jaké zemi zákazníci požadují a proč?
Z pohledu cibuláku jsou pro nás důležití zákazníci v Koreji a Japonsku. Z hlediska hrnků Německo a stolní porcelán v soupravách putuje do Ruska a ostatních zhruba 20 zemí. Trendy silnostěnného porcelánu jsou od německých odběratelů a tenkostěnný a reliéfně pojednaný porcelán putuje do Ruska.

Domácí trh je pro vás stále zajímavý – kdo kupuje cibulák u nás? Není to úplně levná záležitost, nehodí se také do každého interiéru, ne každý k němu najde vztah.
Myslím, že nemáte pravdu, když myslíte, že cibulák není levná záležitost a že se nehodí do každého interiéru. Naopak! Cibulák můžete mít na chatě, v restauraci, v kanceláři, při všech příležitostech doma, ale i na zámcích. Všude se přizpůsobí na rozdíl od zlatem a leptem bohatě zdobeného porcelánu, v jehož případě by byl takový rozsah použití zcela nevhodný.

Porcelán s cibulovým vzorem je také vysoce reprezentativní – v jakém prostředí se s ním setkají například diplomaté, významní návštěvníci Prahy?
Cibulák lze najít v některých významných pražských restauracích, v církevních rezidencích i zastupitelských úřadech. Bohužel ani cibulák, ani český porcelán vůbec nenajdete na českých obchodních centrech v zahraničí, např. v New Yorku nebo Londýně, které jsou vybaveny porcelánem z Ikea. Navíc mezi oficiální dárky v době, kdy Česká republika předsedala Evropské unii, patřily pozornosti jako například neznačkový čínský porcelán s českým textem. Když se proti takovým pochybením my jako

čeští výrobci ohradíme, vždy dostaneme stejnou odpověď: celá akce byla zadaná reklamní agentuře a je její záležitostí jak a s kým to řeší.
A my? My jsme jenom motivováni ke konkurenceschopnosti.

Na březnové oslavě výročí značky v Domě porcelánu jste se zmínil o tom, že chystáte s novoborskou sklárnou soubor nápojového skla také se vzorem cibuláku, aby stolování dostalo další přidanou hodnotu. Jak je projekt daleko?
Sklo a porcelán jsou nejen příbuzné obory, ale také významní společníci při recepcích, rautech i stolování v domácnostech. To vedlo Český porcelán a Crystalex ke společnému jednání o spolupráci, jejíž výsledky lze očekávat již ve druhém pololetí tohoto roku; ale nápojové sklo s cibulovým dekorem v provedení rytiny je již v prodeji.

A to je hrnek Erin, který vzešel z nápadu Vladimíra Feixe

Sám jste autorem některých hrnků, tvarů i názvů – mohl byste uvést poslední nápad, který spatřil světlo světa?
Daleko největším odběratelem našich hrnků, kterých v současné době vyrábíme 20 000 kusů denně, je sousední Německo. V naší současné době produkujeme 104 druhů různých tvarů hrnků, které svým pojetím jsou orientovány pro tento trh. A máte správné informace, i já sám se podílím na některých tvarech a názvech. Ku příkladu mým posledním modelem je hrnek Erin. Je to tak trochu technologický hrnek, neboť z jeho tvaru jsem eliminoval možnosti všech technologických a pracovních vad, které by mohly nastat. A jméno ERIN? ER = ON a IN = je IN!

Vaše zkušenosti a vaše know-how jsou pokladnicí podnikání u nás. Co byste vzkázal těm, kteří do businessu vstupují? Na čem záleží nejvíce, aby firma prosperovala? Na odvaze, odhodlání, víře? Má se riskovat? I spoléhat na štěstí?
Na tuto otázku není žádná vzorová odpověď. Je diametrální rozdíl mezí řízením podniku, který má tisíc, či několik tisíc zaměstnanců či společností, jako je naše, která má 300 lidí. Vždyť velké podniky s jakýmkoli zaměřením musíte řídit koncepčně a ty malé i střední s převahou operativy, podřízené době, ve které působíte. Uvedu vám příklad. Porcelán je a vždy bude porcelánem se základními parametry ve svém složení. Avšak jeho finální úprava z něj činí běžnost, nebo luxus. Každý ví, že šálek s podšálkem se dá pořídit např. za 60 Kč, avšak také za 600 Kč. A řídíte-li podnik, který spadá do zpracovatelského odvětví, musíte dbát na výrobní program v takovém rozložení, abyste nejen uspokojila všechny ekonomicky saturované skupiny spotřebitelů, ale i věkové skupiny těch, kterým jsou naše výrobky určeny.

Dva šálky, každý jiné hodnoty

Cibulák můžete mít na chatě, v restauraci, v kanceláři, při všech příležitostech doma, ale i na zámcích.

Máme šest vlastních prodejen, v nich se snažíme nabízet porcelán, který i v této krizové době cenově vyhovuje těm, kdož mají nízký příjem, ale i u nás musí najít výrobky tzv. středně majetní zákazníci. Máme a prodáváme výrobky pro bohatší, kde 1 ks stojí kolem 3–4 tisíce korun. To je naše výrobková filozofie. Kdyby bylo vše pouze ve vyšších cenových relacích, tak ti z chudších, co k nám přijdou, by řekli: tam již nejdeme, tam je vše předražené. A naopak kdybychom nabízeli vše pouze laciné, dostalo by se nám názoru od těch majetných: tam již nejdu, tam je vše laciné a možná nekvalitní zboží.
Dalším důležitým pohledem pro výrobu a prodej spotřebního sortimentu je věk našich zákazníků. Musíte mít proto k dispozici i širokou nabídku pro dvacetileté, čtyřicetileté a šedesátileté. Pro mladou a střední generaci je nutno dbát na moderní trendy a výtvarnou invenci. A tím i častou výrobkovou inovaci. U starší generace naopak je potřebné dodržovat a posilovat tradice.
A mám-li odpovědět na to, co bych vzkázal těm, kteří vstupuji do businessu? Z toho, co jsem v této otázce již naznačil, je nutno si uvědomit, že prosperita firmy je závislá na pokud možno trvale působících obchodních vztazích, což je v dnešní době nelehké docílit. Rizikovost v podnikání vždy je a bude. Chce to odvahu, dobrou psychiku a pevné zdraví.

otázky připravila Eva Brixi

ODLIŠTE SE
OD KONKURENCE

webové stránky na klíč

loga a vizuální identita

aplikace pro chytré telefony či tablety

firemní brožury a produktové katalogy

design dalších grafických materiálů

internetový marketing

DESIGN4NET

+420 606 615 609 | klient@design4net.cz | www.design4net.cz | Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9

Vysedávání po hospodách se už nenosí

Alkohol je mocný společník, dalo by se říci, i dobrý společník. Ale jen pro toho, kdo si k němu dokáže najít vhodný vztah. Kdo ho umí vychutnat, ocenit a nepije proto, aby oněměl. Kdo okouší tak, aby odlehčil přepracovanému mozku, odložil stres, mobil i diář. Je možné si užít značku i čas, kdy je možno posedět a prohodit pár vlídných slov třeba o ničem, jen tak. Mění se životní styl a vztah ke kvalitě. I sklenku na usmířenou si „dáváme“ poněkud jinak, než třeba před dvaceti lety. Nejde o to probudit se ráno u souseda na plotě. Ale doladit si příležitost, která není úplně všední.

Petr Pavlík

Jaké je vlastně poslání alkoholu a lihovin? A o čem vypovídají čísla trhu? Komplikované téma, na jehož stopu mne navedl Petr Pavlík, prezident Unie výrobců a dovozců lihovin České republiky a generální ředitel společnosti STOCK Plzeň-Božkov s.r.o.:

Přiznám se, nebyla jsem jako studentka žádný svatoušek – slavila jsem kde co: zvládnuté vysokoškolské zkoušky, zasnoubení spolužačky i konce všech lásek, absolvovala jsem kolečka diskoték, i sedánky s českými básníky, ale měla jsem štěstí: kromě pár výjimek jsem situaci vždy zvládla docela s přehledem. Dnes je však jiná doba, změnil se životní styl – myslím, že bouřlivé oslavy už nejsou tolik in. Jaké jsou poznatky vaší unie?

Naprosto nezpochybnitelným dlouhodobým trendem v naší společnosti je pokles spotřeby alkoholu, což se týká především lihovin, ale i piva. Stačí letmý pohled do dostupných údajů Českého statistického úřadu. Spotřeba lihovin v roce 2011 byla nejnižší od roku 1989, spotřeba piva klesá od roku 2005. Samozřejmě, že do těchto dlouhodobých tendencí mohou krátkodobě zasáhnout i jiné vlivy. Například ohlášené zvýšení spotřební daně na lihoviny před několika lety výrazně podnítilo nákupy ze strany obchodních řetězců. Naopak loňská metanolová aféra a prohibice se podepsaly na snížení prodejů lihovin o více než 10 %. Celkový trend je ale jednoznačný – alkohol pijeme stále méně. Za poslední tři roky jde dohromady o čtvrtinový pokles.

Řekla bych, že zodpovědných lidí přibývá a velká část populace bezhlavé opíjení spíše odsuzuje, neboť být opilý je hloupé a svědčí to o nedostatečné kultuře člověka.

Určitě se za posledních dvacet let výrazně změnil styl života v Česku. Vysedávání po hospodách v pracovní době se už prostě nenosí. A tak, když už do restaurace jdeme, přece jen více vyhledáváme kvalitu. Více řídíme automobily, více sportujeme, ale také více pracujeme a výrazně byl vymýcen zvyk pití v práci. Máme desítky možností, jak trávit volný čas. Všechny tyto změny se razantně projevují i v konzumaci alkoholu. Významně je to vidět především na poklesu prodeje alkoholu v restauracích.

Také firemní kultura řady šéfů není o mladické nerozvážnosti a rozjívenosti, ctí se jiné projevy, a alkohol patří mezi nápoje, jimiž si můžeme navodit pohodu, vypnout mozek, uvolnit duši v době a prostředí k tomu vhodných...

Alkohol je neodmyslitelnou součástí zejména evropské kultury. Jsem přesvědčen, že zodpovědná a umírněná konzumace piva, vína či lihovin není ničím zásadně závadným. Existují samozřejmě desítky studií o škodlivosti pití, zejména nadměrného pití. Ale stejně tak naleznete mnoho výzkumů, které prokazují příznivý vliv mírných dávek alkoholu na lidský organizmus. V každém případě historické zkušenosti ukazují, že každé násilné potlačení konzumace alkoholu v podobě prohibice mělo vždy negativní důsledky v podobě masivního rozvoje černého trhu. A lidé, kteří jsou na alkoholu závislí, si k němu cestu vždy najdou.

Aféra s metylalkoholem většinu soudných zastrašila a spotřebitelé získali i jiný zorný úhel na pití. Mohlo by to vyústit až v kultivovanější konzumaci?

Metanolová aféra především zasáhla ty, kteří ji vůbec nezpůsobili. Doplatily na ni poškozením zdraví, či dokonce životem desítky lidí. Doplatili na ni zejména poctiví výrobci lihovin, kteří museli na čas zcela zastavit produkci, prodeje v tuzemsku i export. Postihla výrazně také obchodníky a restauratéry.

Spotřebitelé jsou v důsledku aféry podstatně ostražitější a zcela jednoznačně dávají přednost zavedeným značkám s dlouhodobou tradicí. Takže vlastně máte pravdu – spotřebitelé sami začali hlasovat pro kultivovanější konzumaci lihovin tím, že preferují prověřené značky. Ale bohužel ani tento příklon ke značkám nevyrovná poklesy prodejů v době prohibice a po ní. Spotřebitelé stále mají z nákupu lihovin obavy. Na druhé straně je třeba, aby i stát svojí legislativou důsledněji potíral černý trh. To pomůže nejen společnosti a státu při výběru spotřební daně, ale částečně by to mohlo i kompenzovat propady v prodejích u poctivých výrobců.

Alkohol za volantem, alkohol během pracovní doby – stále silné nešvary, i když se mírní. Unie má osvětovou zbraň – například webové stránky pijsrozumem.cz. Co tímto projektem sledujete?

Při Unii výrobců a dovozců lihovin funguje platforma Fórum PSR (Pij s rozumem – www.pijsrozumem.cz). Za klíčový bod naší společné strategie považujeme také působení proti konzumaci alkoholu u nezletilých, mladistvých anebo za volantem. Tomuto zaměření jsou podřízeny všechny naše propagační aktivity.

Fórum významně podporuje například projekt „Domluvme se“ (www.domluvme-se.cz), který usiluje o to, aby se především mladí lidé, kteří se potkají na zábavě na večírku, na diskotéce, předem domluvili, kdo nebude večer pít a odveze kamarády zpátky domů.

Filozoficky vzato, má alkohol unikátní poslání – povznést duši a neničit tělo. Kdy vy osobně si rád dáte sklenku?

Určitě je to ve volných chvílích a ve společnosti přátel. Oblíbil jsem si náš Fernet Stock. Po sportu si dám rád dobré pivo či víno.

Jaké místo má ČR v exportu lihovin mezi ostatními státy Evropy? A kam nejvíce vyvážíme?

V oblasti lihovin není Česká republika typickým exportérem, na rozdíl třeba od piva. Většina toho, co se v tuzemsku vyrobí, se tu i vypije. Ale samozřejmě, že lihoviny vyvážíme – jde zejména o hořké a bylinné lihoviny, ovocné destiláty či absint. Největším exportním trhem pro české výrobce lihovin je bezesporu Slovensko, dále třeba Polsko, Rusko, Německo nebo státy bývalé Jugoslávie. Výborně se české produkty prosazují i v zámoří, ve Spojených státech.

Konkrétně produkty naší společnosti Stock Plzeň se nyní exportují do 55 zemí světa. Loni jsme kompletně převzali produkci naší sesterské společnost Stock Trieste. A tak je nyní naším nejvýznamnějším vývozním trhem Itálie, následovaná Slovenskem a Kanadou.

za odpovědi poděkovala Eva Brixi

Alkohol je neodmyslitelnou součástí zejména evropské kultury. Jsem přesvědčen, že zodpovědná a umírněná konzumace piva, vína či lihovin není ničím zásadně závadným.

Biopivo jako pitelný speciálek

První české bio pivo představil v závěru loňského roku jako malou časovanou bombičku Žatecký pivovar, spol. s r.o., společně s Chmelařským institutem s.r.o. Žatec BIO obohatil předvánoční trh a pivo se ujalo. Musím říci, že chutnalo skvěle. Otázek však byla spousta. Z odpovědí odborníků jsem vyrozuměla, že žatecké biopivo bude představovat jeden z řady speciálů, které si své místo na slunci obecně vybojovaly a jsou stále žádanějším doplňkem sortimentu českých piv.

O rozhovor k tomu všemu jsem požádala Ing. Jiřího Kořena, Ph.D., jednatele Chmelařského institutu s.r.o., a Ing. Josefa Ježka, výzkumného pracovníka oddělení agrotechniky chmele, spoluřešitele projektu České biopivo:

Ing. Jiří Kořen, Ph.D.

Ing. Jiří Kořen, Ph.D.

Pivo je český fenomén a určitě stojí rovnocenně mezi nejvyššími atributy češství. Čím je pro vás především?

Záleží na tom, čemu říkáte pivo, předpokládám, že oba máme na mysli české pivo technologicky např. ležák uvařený před 171 lety sládkem Josefem Grollem v Plzni. Pivo je pro mě naprosto přirozená věc, která k životu patří a která nemůže ve vyváženém jídelníčku chybět. České pivo se vyznačuje lahodností chuti, laicky řečeno, když se napijete, zmocní se vás touha se ještě jednou napít. V naší branži tomu říkáme pitelnost, proto jsem narážel na české pivo, mnohým pivům tato důležitá vlastnost chybí. Právě chmel se podílí na pitelnosti velkou měrou. A chmel jsou odrůdy. Nejznámější po celém světě je Žatecký poloraný červeňák, který propůjčuje pivu aroma a umocňuje celkový dojem po napití. Proto je ve světě žádán, je to naše národní konkurenční výhoda. Ale máme tady celou řadu dalších našich odrůd, pak už záleží na sládcích, jak si chtějí s recepturou vyhrát.

A tak vypadá varna v Chmelařském institutu – moc romantiky v tom zrovna není

Vedete firmu Chmelařský institut v Žatci a jste uznávanou odbornou kapacitou, která má, s nadsázkou řečeno, ve své moci kvalitu našeho piva. Neděsí vás to někdy ve snech? Je to velká zodpovědnost...

Přisuzujete mi příliš mnoho zodpovědnosti ke kvalitě piva, zjednodušme to raději na chmel, jsme ve Chmelařském institutu, třeba takový Výzkumný ústav pivovarský a sladařský by se mohl cítit dotčen. Každý jednatel jakékoliv společnosti cítí odpovědnost, nejinak tomu nemůže být u mě. Ač se to čtenáři může zdát divné, i chmelařství jako obor se potýká s ohroženími. Až na výjimky se již hlávkový chmel nepoužívá, většina pivovarů vyžaduje chmelové granule typ 90 či 45, dále chmelové extrakty vznikající rozpouštědly etanolem či oxidem uhličitým. Kamenem úrazu jsou odpady odpadů, které dohánějí třeba špatnou pěnivost piva. Vše je dnes podřízeno trhu, když to lidem chutná a kupují, co naděláte. České chmelařství nabízí pivovarům kvalitní domácí produkty, to, co nakonec použijí, neovlivníte. A co se týče snů, tak děsivé občas také mám, ale po probuzení na ně rychle zapomenu.

Myslíte si, že Češi budou i v dalším tisíciletí pivařským národem?

V tomhle směru budu optimistou, bude-li se vařit poctivé české pivo. Otázkou zůstává, kde se bude pít. Malospotřebitelská balení možná převálcují chuť točeného v hospodách, důležitou roli hraje cena.

Šlechtíte nejlepší chmel na světě, máte tedy významné know-how. Co nesmíte prozradit?

Obchodníci s chmelem případně i sládci zařazují chmele do skupin, a to, je-li chmel aromatický, hořký, trochu aromatický a hořký a nově voňavý. Zodpovědně řeknu, že šlechtitelsky pokrýváme všechny skupiny, které se teď věnujeme nejvíce, již povědět nemohu…

Tedy: čím je náš chmel nepřekonatelný a proč?

Můžu si vzít odrůdu po odrůdě a oslnit vás vědeckými pracemi, např. že takový farnesen je zodpovědný za chmelové aroma v Žateckém poloraném červeňáku, které konkurenč-

ní chmele třeba postrádají. Zejména oddělení chemie chmele společně s oddělením biotechnologie se v tomto zkoumání přímo vyžívají. Odpověď hledejme právě v té pitelnosti, o které jsem mluvil na začátku, napijete se a něco vám říká, abyste se napila znovu a znovu. A to umí právě naše odrůdy.

Nelákalo vás někdy vstoupit na pole doplňků stravy, léčivých přípravků na bázi chmele?
Ale my už tam jsme. Měli jsme projekt, jak stabilizovat trvanlivost pečiva chmelem, zájmu zpracovatelů se nedostává. A v každé době se mluví o hubnutí. Podíleli jsme se na vývoji preparátu, který tomu napomáhá, v lékárnách je k dispozici pod označením Slimhop.

Známý je váš minipivovárek, kde například ověřujete receptury piv. Máte nějakou svou vlastní? Na nějaké super extra perfekt original pivo?
Pivovárek dosáhl již řadu úspěchů. Z poslední doby bych mohl uvést spolupráci s komerčním pivovarem, který u nás vylaďoval recepturu před uvedením nové značky piva na trh. Dovezl si samozřejmě svoji vodu. I to je jedna z důležitých činností institutu. Jinak osobně, vyloženě vyhrazený piják nejsem, ale můžu prozradit, že mám raději piva více chmelená, tj. hořčí.

Kolik piva tak za rok vypijete? Netvrďte, že jste abstinent!
Záleží, s čím se budete srovnávat. Odborný odhad Ministerstva zemědělství pro rok 2011 říká (poslední publikované číslo), že průměrná spotřeba piva dosahuje 149 litrů na obyvatele za rok včetně kojenců. V pracovním týdnu si dám piv méně, o víkendu trochu více, v průměru si myslím, že hranici s příchodem letních měsíců brzy překonávám…

Ing. Josef Ježek

Vaše společnost stála u zrodu biopiva Světlý ležák BIO, které začal vařit Žatecký pivovar. Proč jste šli touto cestou?
Chmelařský institut je komplexní privátní vědecko-výzkumné pracoviště se zaměřením na chmel. Zabýváme se také obchodem s chmelem, jsme členy Unie obchodníků a zpracovatelů chmele, podnikáme cesty do zahraničí a snažíme se sledovat trendy. Po revoluci se alternativním směrem zemědělství stalo ekologické hospodaření na půdě, bylo jen otázkou času, kdy některý z pivovarů projeví zájem o ekologicky vypěstovaný chmel. Vyvstala celá řada námětů, rizik, které bylo zapotřebí výzkumně vyřešit. Jako výzkumná organizace jsme podali projekt, byl shledán přínosným, ale podmínkou byla komerční koncovka, oslovili jsme několik pivovarů, z nichž odvahu nakonec našly pouze dva – Žatecký pivovar, spol. s r. o., a třeboňský Bohemia Regent, a. s. V roce 2012 byl sklizen první certifikovaný biochmel, uvařit z českého biochmele pivo již nic nestálo v cestě. Proto prvenství bude patřit jim.

Bio pivo lze chápat jako speciál, jako jistou alternativu, doplněk trhu, nedělá si ambice na mega objemy výroby. Přesto – ochutnala jsem a je skvělé. Co když poptávka nebude stačit možnostem výroby?
Kéž by tomu tak bylo. Podíváte-li se na dnešní pivní trh, narůstá nám obrovská skupina malých, mini- či restauračních pivovarů, biopivo může být právě jednou z alternativ, jakou bude určitá část zákazníků vyhledávat. Prezentovali jsme první český biochmel a biopivo na mezinárodním veletrhu biopotravin BioFach v únoru 2013 v Norimberku a potvrdilo se nám to. Existuje určitá část spotřebitelů, která je ochotná produkt zakoupit. A trh je přece o poptávce a nabídce. A bude-li poptávka narůstat, všimnou si toho obchodníci s chmelem a snad zareagují. Obrátí se na nás a řeknou, předejte technologii pěstování chmelařům. Problémem je přechodné období, které k plné certifikaci biochmele trvá u trvalých kultur obecně 3 roky.

Jaká byla úloha Chmelařského institutu při vývoji bio piva? A jaká je nyní?
Role byla a je stále výzkumná. Projekt částečně podporovaný MPO, FR-TI3/376 „České biopivo“, v roce 2013 končí, jako řešitelé jej v tomto roce experimentálně, resp. provozně, ověřujeme. Tím vlastní technologie pěstování nekončí, tématu se budeme věnovat nadále. Sice v ekologické ochraně chmele disponujeme přípravky v boji proti peronospoře, mšici a svilušce, což neznamená, že vše je vyřešeno. Část investic musí být i na tuto činnost v příštích letech vyhrazena.

Jedním ze směrů činnosti je ekologizace výroby a životního prostředí chmelařských oblastí – není to boj s větrnými mlýny?
Boj s větrnými mlýny je boj se změnou myšlení. Kupříkladu takové zelené hnojení – výsev plodin do meziřadí chmelnic. Existují sedláci, kteří je chápou a provádějí, pak je skupina, která je zásadně proti. A do toho struktura zemědělských farem. Kdo se dnes může pochlubit, že si sám vyrobí kvalitní hnůj z vlastní živočišné výroby? Někdy mám pocit, že se snaha o ekologizaci přehání. Každý pěstitel vede evidenci o použitých přípravcích, dávce, termínech či použitých hnojivech. Připadá mi to, že si nezasvěcená společnost myslí, že zemědělec si s krajinou může dělat, co chce, opak je pravdou. Takových předpisů, kolik musíme dodržet... Chce to více se o nás zemědělce zajímat.

za odpovědi poděkovala Eva Brixi

K pohodě Čecha patří špekáček

Ohýnek, romantický kouř podvečera linoucí se tiše k nebi, praskání větviček, nenapodobitelná vůně táboráku, který nás vrací do dětských let, ať chceme, nebo ne. Na větvi, jíž uhořívá jak na potvoru konec, napíchnutý špekáček, který pomalu rozkvétá, kape z něj šťáva a tuk, syčí, tmavne až černá, pak omylem upadne do ohně... My, Češi, si takové chvíle od jara do podzimu neumíme odpustit. Jsou to okamžiky, kdy nám je dobře, kdy z nás padá stres, radujeme se a jsme ochotni vnímat se navzájem.

Za uplynulé dvacetiletí si trh sám řekl o to, co je ochoten přijmout – diskuze se vedly také o špekáčcích. S pochvalou z nich vyšla firma Prantl Masný průmysl s.r.o. Jeho řediteli Ing. Zdeňku Maškovi jsem slíbila, že se v Žirovnici na Vysočině zjara zastavíme:

Pamatujete se na dětské romantické chvíle u táboráku? A na slastný okamžik, kdy se buřtík na klacku opekl tak akorát a vy jste se už mohl zakousnout?

Kluk, který strávil své dětství na venkově, na to nemůže zapomenout. Ve vzpomínkách z mého dětství se při této zmínce vybavují hezké chvíle, kdy jsme si mohli v místním obchodě koupit špekáčky, už to byl začátek dobrodružství. Samozřejmě ještě týž den jsme si navečer udělali ohýnek a na něm opekli svůj poklad – špekáček. Byl to vždy pro nás opojný okamžik, když se špekáček správně rozevřel a my jsme ho, s nedočkavostí sobě vlastní, plnými ústy vychutnávali. Krásná vzpomínka…

Přesto, že denně procházíte provozy s tunami masa a uzenin – posedíte také čas od času nad pochoutkami vašeho sortimentu s přáteli? Nebo jdete raději s rodinou do cukrárny?

Je to otázka přímo na tělo. Možnost setkat se přáteli ve svém volném čase rád využívám. Sice jsou z jiného oboru podnikání, ale při našem setkání se v současné době nevyhneme tématům spojeným s výrobou uzenin a jejich kvalitou. Nejlepším argumentem v probíhající diskuzi je předvést některé výrobky z naší výroby. A na mých přátelích nechávám, ať sami posoudí jejich kvalitu a vyjádří se. Samozřejmě i já se této ochutnávky účastním, musím přece testovat, co zákazníkům nabízíme. No a se zadostiučiněním mohu potvrdit, že reakce na naše výrobky je pozitivní. Ani nevíte, jak mi to zlepší náladu. Navíc, jsem přeci ješitný ředitel...

A co se týče sladkostí? Lhal bych, kdybych tvrdil, že jsem vůči nim imunní. Čas od času si rádi s rodinou zajdeme právě do cukrárny. Je to zkrátka jiný chuťový zážitek. A člověk ho k životu také potřebuje.

Grilování se za pár dnů rozběhne naplno, po dlouhé zimě se těšíme dvojnásob. Jak se to projeví v odběru zboží?

Grilovací sezona patří tradičně v našem podniku k jednomu z vrcholů výroby v roce. Její načasování většinou souvisí s příchodem jara, ale u nás začínáme naplno od poloviny dubna a plynule pak tempo přechází do letního období. V tomto časovém úseku se násobně zvyšuje produkce grilovacího sortimentu, zejména právě výběrových špekáčků.

Ing. Zdeněk Maška

Čeho nejvíce prodáváte na jaře a v létě? Jsou to zmíněné špekáčky, klobásky či speciality? Jak se vyvinula chuť českého zákazníka?

Počátek jara je vždy v našem podniku ve znamení Velikonoc. Pro toto období je charakteristická výroba uzených mas, specialit a šunek. S nástupem hezkého počasí se požadavky mění. Zaznamenáváme zvýšený zájem o prodej výběrových špekáčků a klobás ke grilování. Je to doba, kdy národ vyjíždí po chladné zimě (a ta letošní byla neskutečně dlouhá) více do přírody a na chaty a chalupy, anebo jen tak

pod stany. A tam u večerního táboráku nemohou chybět špekáčky, či jiné potraviny určené ke grilování. V tomto období se zvyšuje i poptávka po fermentovaných trvanlivých masných výrobcích (Lovecký salám a trvanlivé klobásy) a také našem salámu Vysočina. A co se týče chuti českého zákazníka? Je náročnější. Požaduje zboží chuťově vyrovnané a kvalitní, ve standardním provedení.

A jak je to s názvoslovím – jíme buřty, nebo špekáčky?

Nelze zaměňovat mezi sebou špekáček a buřt. Buřt je nesprávný výraz používaný souběžně někdy pro špekáček. Vznikl v dřívějším období, jedná se o lidový výraz. Špekáčky vyráběné v ČR musí splňovat požadavky na tento výrobek, uvedené ve Vyhlášce MZe ČR 326/ 2001 v platném znění. V této vyhlášce jsou taxativně vyjmenované požadavky na používanou surovinu a dále jaké smyslové znaky musí tento výrobek splňovat. Česká republika společně se Slovenskem podala žádost Evropské komisi o zapsání výrobku špekáčky do rejstříků zaručených tradičních specialit (ZTS). V roce 2011 byl tento výrobek Nařízením Komise (EU) č. 158/2011 do rejstříku zaručených tradičních specialit zapsán. Subjekt, který chce špekáčky dodávat na trh, tedy uvádět do oběhu a využívat ochranné označení v slovní či grafické podobě, musí splňovat všechny podmínky dané tímto nařízením.

Vaše špekáčky jsou vyhlášené a vy jste na ně také patřičně hrdí. Co tedy dělá špekáček špekáčkem a na čem při jeho výrobě nejvíce záleží?

Základem je výběr suroviny pro výrobu našich špekáčků, dodržování technologických postupů a samozřejmě průběžná a výstupní kontrola během celého procesu výroby. Všichni zaměstnanci si uvědomují, že porušení technologické kázně by znamenalo poškození dobrého jména celého podniku u našich zákazníků, a to by nás přišlo hodně draho. To si nemůžeme dovolit. Při nezávislých hodnoceních špekáčků se pravidelně umisťujeme na předních místech.

Kde si právě ty vaše můžeme koupit?

Naše výběrové špekáčky je možné zakoupit v obchodní síti řetězců Kaufland, Penny, Hruška, Jednota a dále u všech našich odběratelů v rámci nezřetězeného trhu celé ČR. Neváhejte, určitě vám budou chutnat!

Čím milovníky grilovacích orgií letos překvapíte?

Pro letošní grilovací sezonu zůstává základním výrobkem skutečně náš výběrový špekáček, který doplňujeme klobásami ke grilování, například papriková klobása, šunková klobása, svatováclavská klobása. Samozřejmě jsme připraveni na základě požadavků trhu zabezpečit dodávky dalších lahůdek. Kapacity i odhodlání k tomu máme.

ptala se Eva Brixi

Lázně pro milovníky kubizmu

Letos je tomu přesně sto let, co byl v Lázních Bohdaneč slavnostně otevřen jeden ze skvostů kubistické architektury, pavilon Gočár. Stavba získala jméno po Josefu Gočárovi, významném evropském architektovi, působícím ve východních Čechách, v Praze i v zahraničí.

K tomuto výročí připravily Léčebné lázně Bohdaneč pobyt s názvem Po stopách Josefa Gočára, na kterém si užijete mixu wellness procedur s exkurzem do tvorby této významné osobnosti.

Josef Gočár, rodák z Lázní Bohdaneč, tehdy navrhl unikátní lázeňský pavilon, provokující ostře řezanými liniemi. „Na tehdejší dobu se jednalo o stavbu, která svým zjevem poutala velkou pozornost u nás i v cizině. Současně to byla i mimořádně moderní lázeňská budova, která pacientům poskytovala do té doby nebývalý komfort," řekl Ing. Rudolf Bubla, výkonný ředitel Léčebných lázní Bohdaneč.

Pobyt Po stopách Josefa Gočára spojuje zdánlivě neslučitelné. Architektonické poznávání, odpočinek s lázeňským wellness a aktivní pohyb, kterým je i Nordic walking. Součástí pobytu je totiž také prohlídka Gočárova okruhu – naučné stezky, na které se seznámíte s pozoruhodnými místy a stavbami Lázní Bohdaneč. Část vycházky absolvujete severskou chůzí s přednáškou o tvorbě slavného architekta. „Nejpřirozenější formou pohybu je chůze, druh pohybové aktivity, vhodný pro všechny věkové kategorie," sdělila Ing. Naďa Kverková, obchodní a marketingová ředitelka lázní. „Procházce po Gočárově okruhu předchází krátká instruktáž, jak Nordic walking – nebo chcete-li severskou chůzi – efektivně provádět. Důležitá je správná délka hůlek a prodloužený krok, umožňující snížení těžiště těla a zapojení dalšího, především břišního a zádového svalstva. V klidu nezůstávají ani naše ruce. Tempo chůze je individuální, nespornou výhodou severské chůze je však odlehčení nosných kloubů těla. Ve spojení se zajímavými informacemi o Josefu Gočárovi se tak na procházce každému dostane osvěta i aktivní pohyb. Dalo by se říci, že je to náš malý dárek všem, kteří si stoleté výročí přijedou do Lázní Bohdaneč společně s námi připomenout," uzavřela Ing. Naďa Kverková.

Program pobytu

1x perličková nebo vířivá koupel s přísadou kosodřeviny a suchý zábal
1x klasická částečná masáž – wellness
1x slatinná koupel
jako bonus zdarma zapůjčení holí k Nordic walkingu pro procházku Gočárovým okruhem i s lahví balené vody k vycházce

Po stopách Josefa Gočára se do Lázní Bohdaneč můžete vydat do konce června. Pobyt můžete zvolit ve třídenní nebo čtyřdenní variantě a včetně ubytování, polopenze a procedur za něj zaplatíte od 2600 korun. Naučná stezka – Gočárův okruh připomíná významného architekta Josefa Gočára a zejména výsledky jeho působení ve městě Lázně Bohdaneč na počátku 20. století. Trasa začíná i končí na náměstí, kde si nelze nevšimnout barokního kostela či renezanční budovy radnice. Mezi nejzajímavější zastavení naučné stezky patří lázeňský pavilon Gočár, vodojem a funkcionalistická vila (vyprojektované J. Gočárem), dále pak sluneční hodiny, Kuttnerova kaplička či Tillerovo sedátko.

http://www.lazne.bohdanec.cz/cs/106-naucna-stezka-gocaruv-okruh/ **(tz)**

Chalupáři se vracejí, ale často na ně čeká zlověstné překvapení

Předpověď počasí je k nám vlídnější – jarní teploty jsou tady a řada chatařů a chalupářů opět vyráží na první návštěvy svých víkendových a prázdninových sídel. Často ale na ně čeká nepříjemné překvapení v podobě vyloupené nemovitosti. Mimo hlavní sezonu se totiž chaty a chalupy stávají častěji terčem zlodějů.

„Přes zimu jsou rekreační objekty pro zloděje snadnějším cílem. Z našich statistik vyplývá, že je až dvakrát větší pravděpodobnost, že dojde ke vloupání než v průběhu letních měsíců. Často se přitom stává, že tyto škody zjistí majitelé rekreačních nemovitostí až s několikaměsíčním zpožděním, kdy se po ‚zimním spánku' opět poprvé vypraví na svou oblíbenou chatu nebo chalupu," uvedl Jan Šepek, ředitel odboru pojištění majetku ČSOB Pojišťovny.

Své o tom vědí zvláště majitelé chat ve Středočeském kraji, které jsou vykrádány zdaleka nejčastěji, ale jisti si nemohou být ani chataři z jiných částí země. Ze 4634 krádeží vloupáním do chat, které se staly během loňského roku, jich na Středočeský kraj připadala zhruba čtvrtina (1265). Nejméně se vykrádaly chaty v Karlovarském kraji. **(tz)**

Krádeže vloupáním do rekreačních objektů	
	2012
Středočeský kraj	1265
Jihočeský kraj	364
Jihomoravský kraj	354
Ústecký kraj	349
Plzeňský kraj	340
Liberecký kraj	339
Kraj Vysočina	278
Moravskoslezký kraj	233
Praha hl. město	229
Královéhradecký kraj	217
Olomoucký kraj	196
Pardubický kraj	175
Zlínský kraj	174
Karlovarský kraj	121
Celkem	**4634**

Pramen: ČSOB Pojišťovna na základě statistik Policie ČR

Firmy a stát hledají nový model spolupráce

Rostoucí vládní dluhy, nadměrná regulace, zvyšující se daňová zátěž a horší dostupnost kvalifikované pracovní síly. To jsou hrozby, kterých se spolu s dlouhodobě nejistým vývojem ekonomiky nejvíce obávají generální ředitelé firem po celém světě. Ukázala to analýza PwC nazvaná Nová dohoda mezi firmami a státem (Government & the Global CEO: A new contract between business and the state). Ta vznikla na základě výsledků odpovědí 1330 respondentů Globálního průzkumu názorů generálních ředitelů a 42 zástupců vlád a ředitelů státních podniků.

„Vzkaz veřejnému sektoru je jasný: musí přispět ke zmírňování nejistoty, posilování konkurenceschopnosti a celkově víc spolupracovat s businessem. Je čas na novou dohodu mezi soukromým sektorem a státem, která bude odrážet posun od nuceného soužití k vzájemné spolupráci," uvedl Peter Chrenko, vedoucí partner Daňového a právního oddělení, PwC Česká republika.

Průzkum PwC a následná analýza ukázaly následující kroky, které firmy od státu očekávají:

Boj s nejistotou

Nejistý a nestabilní ekonomický vývoj zůstává nadále největší obavou šéfů firem po celém světě. Hlavními prioritami, jimž se musí vlády neprodleně věnovat, aby zajistily hospodářskou prosperitu, jsou:

- stabilizace finančního sektoru, zejména řízením vládních dluhů, kde je prostor pro snižování nákladů a inovace v oblasti poskytování veřejných služeb
- posilování kvalifikace a perspektivy pracovní síly, aby měla znalosti a schopnosti, které trh požaduje
- vybudování infrastruktury, která umožňuje efektivní používání nových technologií
- řízení rizik, jako jsou např. přírodní a jiné katastrofy

„Čeští generální ředitelé vidí největší prostor k inovacím ve státní správě v oblasti kontrolních mechanizmů a protikorupčních opatření. V orgánech veřejné správy by se podle ředitelů měly nastavit procesy, které umožní jejich efektivnější fungování a zlepší i finanční řízení veřejných institucí," řekl Karel Půbal, ředitel v oddělení Poradenství pro veřejný sektor, PwC Česká republika.

Zvýšení odolnosti

Generální ředitelé soukromých společností se ve snaze vybudovat podniky odolné vůči ekonomickým výkyvům soustředí na tři oblasti řízení:

- vyhledávání růstových příležitostí
- zaměření se na zákazníka
- zlepšování provozní efektivnosti

Náročné ekonomické prostředí však nutí i organizace ve veřejném sektoru být připravené na nepředvídatelné události, a to díky:

- snižování složitosti veřejných organizací
- zvyšování povědomí „zákazníků"
- vytváření nových modelů poskytování veřejných služeb

Vlády musí být také přichystány rychleji zvládat následky svých finančních, provozních či strategických selhání. „Jen necelá desetina šéfů českých společností se domnívá, že stát snižuje administrativní zátěž firem. Náš průzkum navíc odhalil, že informace o pozitivních opatřeních, např. v oblasti podpory inovací, se do firem nedostanou, a ředitelé pak mají pocit, že stát nedělá dost," upozornil Peter Chrenko.

Spojení s businessem

Stát stále výrazněji proniká do podnikání, ať už vlastnicky, či prostřednictvím regulace. Celkem 85 % šéfů nejvýznamnějších firem světa v průzkumu PwC uvedlo, že vlády a regulátoři mají významný vliv na jejich podnikání. Naopak, jen 14 % z nich si myslí, že vliv veřejného sektoru je zanedbatelný. Generální ředitelé proto mění pohled na roli a vliv státu v klíčových oblastech, které ovlivňují podnikání. Razantní změny vedoucí k posílení vztahů s vládou a regulátorem plánuje 67 % ředitelů. „Ať se nám to líbí, nebo ne, veřejný a soukromý sektor jsou propojenější než kdykoli v minulosti. Vzájemná závislost je patrná například v oblasti kvalifikace a zdraví pracovní síly. Je potřeba se přeorientovat z prosté koexistence na opravdové partnerství, které podpoří ekonomický růst," komentoval Karel Půbal.

Generální ředitelé spatřují tři hlavní oblasti změn ve vztahu mezi soukromou a veřejnou sférou:

- opustit předpoklad, že veřejný sektor poskytuje dobro, zatímco soukromý hájí jen sobecké zájmy
- nahradit vynucenou součinnost vzájemnou spoluprací na obapolném výsledku
- společně vymezit sféry odpovědnosti na obou stranách **(tz)**

Do roku 2016 na západních trzích nastane nedostatek IT odborníků

Jeden z hlavních problémů zmiňovaných ve spojitosti s inovacemi v informačních technologiích se týká nedostatku kvalifikovaných pracovníků. Ten se může ve firmách stát vážnou překážkou dalšího rozvoje a inovací. Podle analytické a poradenské společnosti IDC do roku 2016 tento problém zasáhne zejména západní trhy.

Vliv CIO na vytváření obchodních strategií se zvyšuje, a roste tím i jejich podíl na celkovém rozvoji podniku. Pro firmy je důležité, aby byl kladen důraz nejen na získávání, ale i na udržení IT odborníků. Nezbytný je také další rozvoj jejich znalostí a dovedností a vytvoření systému řízení jejich výkonnosti.

Podle IDC by se CIO měli při vyhledávání nových IT zaměstnanců a odborných specialistů držet následující osvědčené strategie:

- posoudit současný stav a aktuální potřeby organizace,
- definovat budoucí organizační model a znalosti, které jsou pro organizaci nezbytné,
- vytvořit vnitřní strategii IT odborníků a manažerů,
- přehodnotit způsob, jakým dochází k rozvoji IT dovedností,
- neopomíjet externí IT odborníky.

„Technologický rozvoj svou rychlostí překračuje rozvoj pracovních sil, a první generace IT odborníků navíc odchází do důchodu," řekl Jan Široký, regionální ředitel společnosti IDC pro střední a východní Evropu.

(tz)

Poptávka po sudovém vínu vzrostla

Poptávka po sudových vínech stoupla v prvním kvartálu letošního roku o 32 % oproti stejnému období v roce 2012. Vyplývá to z aktuálních statistik vinařské společnosti Patria Kobylí. Tento vzrůstající trend je patrný zejména v případě gastronomických zákazníků. Podle odborníků je uvedený fakt důkazem, že lidé dávají v současnosti přednost nižší ceně vína na úkor jeho kvality.

Nárůst prodeje sudových vín vinařství Patria Kobylí v 1. čtvrtletí roku 2013 byl oproti 1. čtvrtletí loňského roku bezmála třetinový. Nejvyšší poptávka pak byla podle statistik zaznamenána v lednu, a to zejména ze strany restauračních zařízení a vinoték. Podle vinařů tak gastronomičtí zákazníci reagují na tendenci lidí šetřit finance. V důsledku toho volí variantu nákupu levnějšího sudového vína, přestože zde hrozí riziko jeho úmyslného znehodnocování a klamání spotřebitele.

„Aktuální trend šetření při výběru vína je patrný. Restaurace, vinotéky i firemní zákazníci dávají v poslední době přednost nákupu levného nepřívlastkového sudového vína namísto tradičního lahvového. Často si však neuvědomují, že sudové víno může být výrazně méně kvalitní. Navíc v jeho případě hrozí riziko znehodnocení, úmyslného ředění a jiného poškozování ze strany nepoctivého distributora nebo prodejce," upozornil Marcel Lanžhotský z vinařství Patria Kobylí, které získalo v rámci prestižní březnové soutěže Salon vín ČR 2013 celkem 6 významných ocenění. „Potom může samozřejmě zákazníkům hrozit nejen újma finanční, ale i zdravotní. U zapečetěných vinných lahví však toto nebezpečí není," doplnil Marcel Lanžhotský.

(tz)

Karlovy Vary na silnicích bezpečné

Česká pojišťovna již od roku 2004 monitoruje bezpečnost na silnicích 13 krajských a 59 okresních měst naší republiky a dvakrát ročně sestavuje žebříček jejich bezpečnosti podle ČP Indexu. Tento index vychází ze statistik dopravních nehod Policie ČR a vyjadřuje úroveň nehodovosti na základě počtu usmrcených a těžce zraněných osob při dopravních nehodách ve vztahu k počtu obyvatel daných měst. Mezi krajskými městy byly vloni nejbezpečnější Karlovy Vary, které v roce 2011 skončily až jedenácté. Na opačný konec žebříčku se z 9. místa v roce 2011 propadly České Budějovice. V hodnocení okresních měst dopadl vloni nejlépe Hodonín, který se do čela posunul z předloňského 28. místa.

Žebříčku bezpečnosti 13 krajských měst nově vládnou Karlovy Vary, které se také staly skokanem roku. Postavení si oproti předchozímu roku znatelně vylepšil také Zlín (z 12. na 6. místo) a Ústí nad Labem (z 13. na 8. místo). Naopak v posledních letech velmi úspěšná Plzeň (1. místo v roce 2011 a 2. místo v roce 2010) si meziročně nejvýrazněji pohoršila a propadla se až na předposlední 12. místo. Podobně je na tom i Jihlava (1. místo v letech 2009 a 2010 a 3. místo v roce 2011), která byla vloni desátá. Úplně poslední pak v žebříčku bezpečnosti za rok 2012 skončily České Budějovice.
Nejvíce smrtelných nehod na silnicích krajských měst se v loňském roce stalo v Praze (26) a dále v Ostravě (18). Celkem vloni v krajských městech na následky dopravních nehod zemřelo 72 osob a 582 jich bylo těžce zraněno.

Žádné z 59 okresních měst v loňském roce bohužel nezůstalo bez záznamu v oblasti nehod s usmrcením nebo těžkým zraněním. Takto špatně na tom byla okresní města naposledy v roce 2009. Žebříček v této kategorii opanoval Hodonín, na úplné dno se pak propadl Náchod. Největšího meziročního zlepšení v roce 2012 dosáhly Domažlice (z 58. na 8. místo), Chrudim (ze 47. na 2. místo), Chomutov (z 54. na 11. místo) a Teplice (ze 42. na 10. místo). Naopak největší zhoršení zaznamenal Havlíčkův Brod (z 5. na 53. místo) a dále pak Kolín (z 10. na 56. místo), Benešov (z 1.–3. na 41. místo), Trutnov (z 18. na 48. místo) a Prostějov (z 26. na 51. místo). Celkem v okresních městech na následky dopravních nehod zemřelo vloni 35 osob a 275 jich bylo těžce zraněno.

Krajská města dle ČP Indexu bezpečnosti v roce 2012:

Pořadí 2012	Město	Pořadí 2011
1.	Karlovy Vary	11.
2.	Olomouc	4.
3.	Liberec	5.
4.	Praha	7.
5.	Hradec Králové	8.
6.	Zlín	12.
7.	Pardubice	2.
8.	Ústí nad Labem	13.
9.	Brno	6.
10.	Jihlava	3.
11.	Ostrava	10.
12.	Plzeň	1.
13.	České Budějovice	9.

(tz)

inzerce

Proč se neradovat

Je mezi námi takový zvláštní jev. Totiž – snaha být průměrní. Být šedí, nevybočovat, nemít nápad, aby náhodou... Ne aby nám ho někdo neukradl, to se stane tak jako tak, ale abychom na sebe nestrhli pozornost, nebyli příliš vidět. Abychom nebyli za blázny nebo výstředníky, či abychom nevypadali jako hlupáci. Je mi to líto. Každý z nás v sobě má potenci originality a je fuk, jestli umí vyřezávat ozdobné plastiky ze dřeva, nebo kombinovat číslice tak, že z nich vznikají prospěšné kódy, které chrání osobní údaje. Odmítáme se prodat, odmítáme na sebe upozornit, odmítáme, aby se o nás vědělo. Anebo jen tak usedle, přiškrceně, neboli vlastně nijak. Nezpíváme, nekřičíme, neriskujeme.
A když se něco podaří, spíš se neradujeme, aby nám to nikdo nezáviděl. Protože stará pravda o nás je, že dobrá nálada a úspěch jsou neodpustitelnými prvky bytí a ten, kdo je šťasten, stává se okamžitě trnem v oku a podezřelým.
Mělo by se to změnit. A důvod k radosti je každý den. Třeba malý, tak trochu neviditelný. Měli bychom vnímat a nebát se.

Eva Brixi, šéfredaktorka

Čtěte s námi

Vůně pro vášnivé muže

Od mistra mužské módy přichází nová ikonická vůně Uomo. Je od módního domu Ermenegildo Zegna a odborníci ji charakterizují jako vzrušující kompozici přírody a inovace, spojení člověka s luxusem a přírodou. Uomo je symbolem moderní mužnosti, vášně, muže, který jde vstříc svému osudu, je pánem svého času a jeho přítomnost je svůdná a zářivá.

Vytvořil ji známý parfumér Albert Morillas. Vůně je nebývalou kombinací dvou silných složek – šlechtice citrusů Zegna Bergamot a květinového tónu Violettyne Captive, výsledku vědeckého bádání na nejvyšší úrovni. Vytváří tak svůdnou svěžest, naplňuje sebevědomí a ústí v monument mužnosti.
„Esence okvětních lístků fialek v nejvyšší kvalitě byla použita v srdci tradiční vůně, nicméně díky Violettyne Captive se fialka dostává i do svrchních tónů vůně. To zvyšuje intenzitu přírodního Bergamotu, který přináší silný smyslový požitek," řekl Trudi Loren z oddělení výzkumu pro vůně společnosti Estée Lauder.
Kolekce vůní bude k dostání v této sestavě: parfémovaná voda, šampón a mýdlo, balzám po holení, voda po holení.

(tz)

Prosperita Fresh Time

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 2, duben 2013
Vydává RIX, s.r.o., Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9
šéfredaktorka: Eva Brixi
e-mail: brixi@iprosperita.cz, mobil: 602 618 008
obchodní ředitel: Martin Šimek
e-mail: martin@iprosperita.cz, mobil: 606 615 609
redakční tým: Pavel Kačer, Jiří Novotný, Kateřina Šimková
zlom: Karel Švihel
korektury: Mgr. Pavla Rožníčková
tisk: H.R.G. spol. s r.o., distribuce: 5P Agency
www.freshtime.cz
Placené textové materiály jsou označené grafickým symbolem

Necelých 5 % Čechů ukládá do mobilu intimní fotky a videa

U příležitosti Světového mobilního kongresu, který se nedávno uskutečnil ve španělské Barceloně, připravila společnost AVG Technologies, poskytovatel internetové a mobilní bezpečnosti pro 146 milionů aktivních uživatelů, speciální průzkum o tom, jak Češi zacházejí se svými chytrými mobilními přístroji a jak si jsou vědomi možného narušení bezpečnosti.
Průzkum provedený mezi 1050 obyvateli naší republiky ukázal, že 49 % Čechů pomocí chytrých telefonů a tabletů fotografuje a skoro 35 % natáčí videa, jen pět procent si ve svém zařízení uchovává intimní fotografie nebo videa. Je jasně vidět, že si uživatelé stále více uvědomují rozšiřující se možnosti pro fotografování a natáčení videí, ale také, že svoje chytrá zařízení používají i pro každodenní účely. Na 52 % Čechů píše krátké textové zprávy, 47 % telefonuje, 41 % poslouchá hudbu a 38 % si spravuje kalendář a diář. Nákupy online pomocí chytrých mobilních zařízení zatím nejsou tak rozšířené, tuto možnost využívá jen 14 % Čechů. Jedním z důvodů, proč jsou online nákupy na telefonech a tabletech stále v pozadí, je obava z nedostatečné bezpečnosti. Ačkoliv má již velké procento lidí zavedené internetové bankovnictví, využívá jeho služby na mobilech a tabletech jen 20 % Čechů. „Tento průzkum jasně ukázal, že si uživatelé stále nejsou jisti, co je, a co naopak není bezpečné," řekl J. R. Smith, CEO AVG Technologies. „Je to vidět hlavně na tom, jak málo Češi využívají na mobilech a tabletech internetové bankovnictví a nákupy. Tvůrci bezpečnostních programů, aplikací a majitelé služeb se proto společně snaží zdokonalovat tyto systémy. Na druhou stranu ale třetina Čechů přiznala, že se nebojí připojit na neznámou wifi síť."
Jiří Kropáč, člen AVG VirusLab, dodal: „Nastavení a pravidelná aktualizace bezpečnostního programu určeného pro mobilní zařízení stejně jako jeho operačního systému je základním předpokladem pro bezpečnou práci online i zábavu beze strachu, že přijdu o svá přístupová data nebo soukromé údaje. Je také ale třeba dodržovat jednoduchá pravidla a například neklikat na neznámé či nedůvěryhodné odkazy na sociálních sítích nebo v emailech."

Další zajímavé výsledky

- Data ze svých chytrých zařízení zálohuje jen téměř 40 % Čechů.
- Nejčastěji Češi mobilní zařízení ztrácí při pohybu venku (4 %), na kulturních nebo sportovních akcích (2,4 %) a na pracovišti, potažmo ve škole (2,5 %).
- Tři procenta Čechů půjčují svoje mobilní zařízení další osobě k provádění plateb, 11 % je ochotno zařízení půjčit další osobě na jiné online aktivity.
- 35 % hraje online hry.
- 12 % kliká na neznámé odkazy v emailech.
- Téměř 5 % Čechů má přímou osobní zkušenost s kyberzločineckým napadením mobilního telefonu nebo tabletu.

U příležitosti Velkého mobilního kongresu provedla společnost také velký výzkum ve Velké Británii, Spojených státech amerických, Brazílii, Německu a Francii. Podle jeho výsledku 25 % uživatelů ukládá do svých smartphonů a tabletů intimní fotografie, 38 % využívá internetové bankovnictví a 35 % nakupuje online. Tento globální výzkum byl kromě online mobilních aktivit uživatelů zaměřen i na online soukromí a bezpečnost.

(tz)

GEPARD FINANCE vévodí trhu hypotečních makléřů

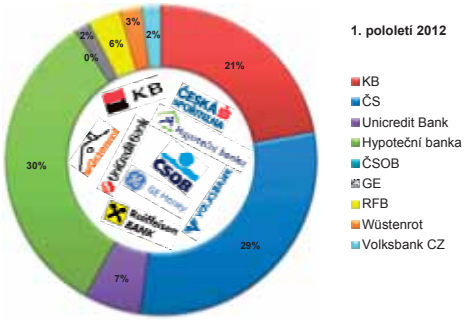
GEPARD FINANCE, největší makléřská společnost na trhu hypoték, představila v březnu novou on-line aplikaci pro srovnání hypotečních produktů. Na unikátní kalkulátor navazují bezplatné služby více jak stovky franšíz, které se nacházejí po celé České republice. Ty v roce 2012 sjednaly hypotéky za více jak 7 mld. Kč, a GEPARD FINANCE tak opět potvrdil své prvenství na poli hypotečních specialistů.

Ing. Jan Kruntorád

Největší makléřská společnost v oblasti hypoték GEPARD FINANCE představila novou on-line aplikaci pro srovnání hypotečních produktů. Na rozdíl od podobných „srovnávačů“ však pracuje s detailními daty klienta a díky unikátnímu systému interního scoringu je výstupem nejen reálná výše úrokové sazby, ale i pravděpodobnost získání hypotéky v konkrétním hypotečním domě. Na aplikaci pak navazuje servis hypotečního makléře, který klientem vybranou variantu bezplatně zrealizuje.

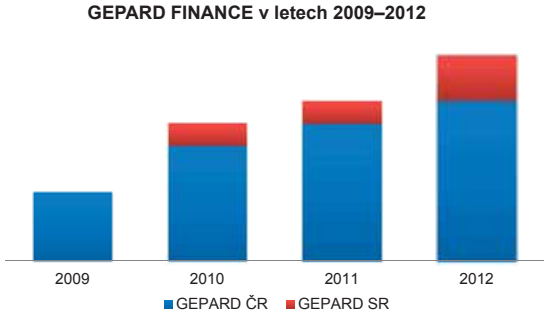
„Gepardí kalkulátor je dalším vstřícným krokem vůči našim klientům,“ uvedl Jan Kruntorád, předseda představenstva GEPARD FINANCE, a.s. „Získat přehled o hypotékách je s naší kalkulačkou možné kdykoliv a kdekoliv. Realizace vybraného řešení je pak pro klienty snadná: makléř kontaktuje klienta do 24 hodin, domlouvá se schůzka a běží standardní proces zpracování úvěru,“ doplnil Jan Kruntorád.

TRŽNÍ PODÍL BANK v 1. pololetí 2012



Kalkulačku je možné využít nejen v případě nákupu, výstavby či rekonstrukce nemovitosti, ale také k refinancování hypotéky. „Čekáme, že o refinancování bude letos enormní zájem,“ potvrdil očekávání hypotečních expertů Jan Kruntorád. „Jednak končí fixace hypoték ze silných let 2008 a 2010, jednak máme historicky nejnižší sazby. Klienti budou mít velkou motivaci hledat konkurenční nabídky a získat pro sebe co nejlepší podmínky.“

GEPARD FINANCE ČR a SR



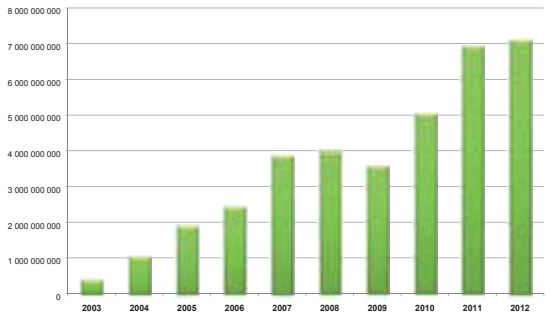
Refinancování hypotéky je pro klienty závod s časem: na umoření starého dluhu mají jen několik týdnů od doby, kdy se dozví od své banky nové podmínky pro další fixační období. Proto Jan Kruntorád doporučuje si zajistit konkurenční nabídku s dostatečným předstihem, aby klienti refinancování stihli.

GEPARD FINANCE bude i v roce 2013 zajišťovat provoz tzv. Gepard akademie. Jde o speciální vzdělávací systém hypotečních makléřů. „Na výběr makléřů a jejich vzdělávání klademe mimořádný důraz. Je nemyslitelné, aby naše klienty obsluhovali lidé, kteří se hypotékami nezabývají na plný úvazek. Je také nemyslitelné, aby se klient přišel zeptat na hypotéku a odešel se dvěma pojistkami, které nepotřebuje,“ varoval Jan Kruntorád před společnostmi, pro které je hnacím motorem generování smluv na stovky produktů, kterým jejich „finanční poradci“ rozumí jen velice okrajově.

GEPARD FINANCE jsou specializovanou makléřskou firmou, jejímž hlavním oborem činnosti je poradenství v oblasti hypotečních úvěrů a kompletní zpracovávání úvěrových a pojišťovacích produktů. Profesionální makléři svým klientům zdarma zajišťují hypotéky, úvěry ze stavebního spoření a pojištění. V současné době disponuje franšízová síť GEPARD FINANCE 110 funkčními obchodními místy, čímž je zajištěna snadná dostupnost a obsluha klientů po celé České republice i Slovensku. GEPARD FINANCE se v roce 2011 staly největší hypotečně-makléřskou firmou v ČR a jsou zakládajícím členem Asociace hypotečních makléřů. On-line kalkulačka GEPARD FINANCE je nejpřesnějším srovnáním hypoték na trhu. Klient si výběrem konkrétního produktu z výsledků srovnání objednává službu hypotečního makléře GEPARD FINANCE pro zprostředkování úvěru.

(tz)

GEPARD – Produkce 2003–2012



GC GASCONTROL

Dodavatel bioplynových stanic, plnicích technologií na CNG a spalovacích turbín CAPSTONE

Firma GASCONTROL, společnost s r. o., jako tradiční výrobce a dodavatel plynových zařízení, obohatil své portfolio o dodávky bioplynových stanic, spalovacích turbín CAPSTONE a ORC zařízení pro výrobu elektrické energie a plnicích stanic na CNG s kompresory špičkové kvality od 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 – stlačený zemní plyn
- Přestavby vozidel na CNG pohon – na stlačený zemní plyn
- Dodávky turbín CAPSTONE do 5 MW a ORC zařízení – výroba elektrické energie
- Dodávky bioplynových stanic od 20 kWe do 5 MWe, včetně výstavby
- Výzkum a vývoj v oblasti energií a plastů
- Inovace produktů a technologických procesů

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