



Cesko-slovenský pavilon EXPO 58

Jaroslav Burčík,
Inovacentrum ČVUT
Propojujeme
vědu s praxí

Jací jsme inovátoři?
Chytrí, důvtipní a praktičtí

„Vím na beton, že zvládnu i velkou zakázku.“



Crafter umí vzít za práci.

V podnikání nepotřebujete velké svaly. Postavte svůj byznys na užitkových vozech Volkswagen, které odvedou těžkou práci za vás. Crafter s velkým jarním zvýhodněním až 219 000 Kč vám ulehčí i rozhodování. Neváhejte dlouho. Naše další modely za zvýhodněné ceny pořídíte také na splátky s garancí nejvýhodnějšího financování Volkswagen Finance od ŠkoFINu.



**Akční zvýhodnění
až 219 000 Kč.**

Přijďte si k nám pro jarní zvýhodnění.

Kombinovaná spotřeba a emise CO₂ Crafter: 7,9–9,7 l/100 km, 189–255 g/km.
Platnost akce je do 30. 6. 2013. V případě vyčerpání kvót může být akce předčasně ukončena. Zvýhodnění je uvedeno včetně DPH.



**Užitkové
vozy**



Autorizovaný prodejce Volkswagen TUKAS a.s.

Štěrboholská 391, 102 00 Praha 10, tel.: 272 072 235, -215,

www.tukas.cz; e-mail: volkswagen@tukas.cz



Vynálezy českého původu dennodenně používají lidé na celém světě. Kontaktní čočky, silonky, KOH-I-NOOR patentka nebo třeba kostka cukru

učinily před několika desítkami let z naší malé země velikána globálního významu. Z těchto inovací ale není možné žít do nekonečna, pro udržení konkurenceschopnosti domácích firem a značky „Made in Czech Republic“ je nezbytné přijít s dalšími převratnými myšlenkami. A umět je prodat. Protože jak říká ekonom Lester Thurow, bohatství pramení z kapitalizace inovací...

Osobnosti, s nimiž se můžete potkat na stránkách tohoto vydání časopisu HKP, mají k inovacím velmi blízko. Všichni tito lidé se shodují, že inovační potenciál Česku nechybí – máme dostatek vědeckých kapacit, poměrně široké možnosti financování, dokážeme se pro věc nadchnout a jít odhodlaně za svým cílem. Nechybí nám tedy důvtip ani intelekt, musíme však aktivizovat svou vůli spolupracovat a vybudovat takovou inovační kulturu, která nám umožní se k tahounům světové ekonomiky zatím alespoň přiblížit.

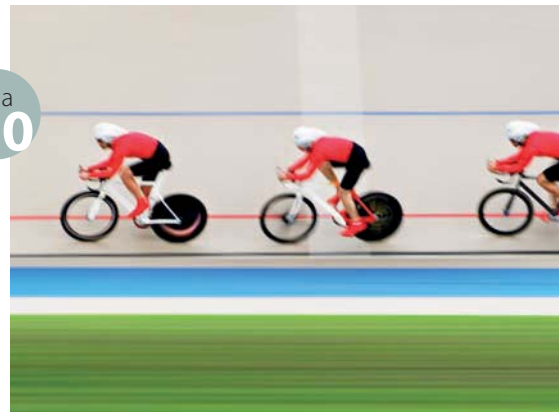
Důkazem, že spolupráce firem s vědeckými kapacitami může i u nás dobře fungovat, je projekt Inovacenta Českého vysokého učení technického v Praze. Jeho šéf Jaroslav Burčík je přesvědčen, že kráčíme správným směrem, jen nesmíme polevit. Zvu vás tímto na stranu 6, kde se o současné spolupráci vědců s privátním sektorem dozvíte více.

Doufám, že každý z vás najde v aktuálním čísle HKP nápady na to, jak své podnikání posunout zase o kus dál. Přeji vám vynalézavé léto!

Kateřina Bártová, šéfredaktorka

Inovace není one-man-show. Její budoucnost tkví ve spolupráci.

strana
10



strana
14

Různorodé osobnosti zocelí váš tým



strana
28

Řemeslo žije! ... i díky Top Kempům

strana
20



Rozmarné léto

hkp

Zpravodaj Hospodářské komory hl. m. Prahy

2/2013

Hospodářství – Konkurenceschopnost – Podnikání
– Informační dvouměsíčník pro členy HKP

Posláním Hospodářské komory hl. m. Prahy je ochrana zájmů malých, středních a velkých podniků i veškeré formy pomoci těmto subjektům. Své služby poskytuje jak členům komory, tak i ostatním podnikatelům z celého území České republiky.

HKP – předseda: Ing. Martin Dvořák; **místopředsedové:** Ing. Bohumil Mach, Ing. Petr Kuchár, Ing. Václav Okleštěk; **členové:** Ing. Jitka Albrechtová, Ing. Pavel Finger, MBA, Petr Kužel, Ing. Petr Knapp, Ing. Jiří Stádník, Josef Šindelář, Ing. Zdeněk Chrdle, Ing. Filip Dvořák, Ing. Milan Fafejta, Ing. Vlastimil Navrátil, Ing. Richard Motyčka; **dozorčí rada:** Ing. Zdenka Vostrovská, CSc., Ing. Radek Lanč, Gabriel Lukáč; **Úřad HKP – ředitel:** Zdeněk Kovář; **vedoucí vnitřních vztahů:** Jana Vlčková; **oddělení vnitřních vztahů, recepce:** Liduše Schoberová; **manažer projektů rating MSP a InMP:** Jiří Svoboda; **vedoucí oddělení vzdělávání:** Ing. David Janata; **oddělení vzdělávání:** Aleš Levý, DiS; **oddělení zahraničí a EU:** Ing. Barbora Kaňková; **MgA. Petra Košíková;** **manažer projektů Elektronické mytné a kontaktní místa:** Roman Pommer, **oddělení PR:** Andrea Kábelová



HOSPODÁŘSKÁ KOMORA HL. M. PRAHY



Kontakt: Hospodářská komora hl. m. Prahy
nám. Franze Kafky 7, Praha 1
Tel.: (+420)224 818 197-8, fax: (+420)222 329 348
E-mail: hkp@hkp.cz
www.hkp.cz



97
%

až tolik energie
lze ušetřit recyklací
hliníku

Pražané recyklují plechovky od nápojů

Ke kontejnerům na papír, plasty, sklo a tetrapak přibýly na vybraných místech hlavního města nádoby na použité nápojové plechovky. Jedná se o pilotní projekt magistrátu a Pražských služeb, který potrvá až do konce října letošního roku.

Hliníkové obaly od všech nápojů mohou lidé recyklovat na celkem pětadvaceti stanovištích na Praze 1, Praze 17 a v Praze-Klánovicích. „Záměrem tohoto projektu je snaha získat informace o případných možnostech sběru této komodity na území hlavního města s výhledem do budoucna,“ říká radní pro životní prostředí Radek Lohynský.

Pražská radnice vidí v tomto projektu příležitost, jak snížit náklady na výrobu hliníku a zároveň přispět k vyšší ochraně životního prostředí. Výroba hliníku je totiž energeticky velmi náročná, přibližně 23x více než výroba skla. Recyklací hliníkového odpadu se ušetří až 97 procent energie, které by bylo potřeba k výrobě kovu z primární suroviny. V konečném důsledku lze opětovným použitím aluminia předejít i potenciální ekologické katastrofě, jelikož při výrobě hliníku vzniká velké množství toxického odpadu. ■

Shromáždění delegátů HKP



Příprava pražských podnikatelů na nové programovací období ESF v letech 2014–2020, schválení rozpočtu Hospodářské komory hl. m. Prahy na rok 2013, informace o činnosti komory v minulých měsících a plány do budoucna – to byly stěžejní body dubnového Shromáždění delegátů HKP.

Předseda představenstva HKP Martin Dvořák společně s místopředsedou představenstva HKP Václavem Okleštěkem pozvali členy komory na konferenci Moskva – město nových investičních a podnikatelských příležitostí, která se uskutečnila 17. června 2013. O den později – 18. června 2013 – jsou členové zváni ke kulatému stolu moskevských a českých podnikatelů na téma rozvoje obou hlavních měst a příležitostí pro nové kooperace mezi českými a moskevskými firmami. Pražská hospodářská komora je garantem této akce.

Václav Okleštěk, který je zároveň předsedou sekce EU a mezinárodní spolupráce, v souvislosti s novým programovacím obdobím ESF upozornil, že z fondů již nebude možné získávat dotace na investiční projekty. Finance budou tentokrát určeny na tzv. měkké projekty. Vyzval členy pražské komory, aby se už nyní připravovali na nové programovací období a doporučil zaměřit se na programy z oblasti využívání vědeckých technologií a informatiky a budování inovačních center.

Novela zákona o veřejných zakázkách nepomáhá

Asociace pro veřejné zakázky (AVZ) provedla na konci loňského roku dotazníkové šetření, v němž oslovila přes 100 respondentů z řad zadavatelů, dodavatelů i poradců, kteří jsou se zákonem v denním kontaktu. Cílem bylo zjistit, jak se po téměř roce platnosti novela osvědčila v praxi. Z výzkumu AVZ mimo jiné vyplynulo, že novela ZVZ nesplnila ani dílčí cíle a nezjednodušila například proces prokazování splnění kvalifikace uchazeče o veřejnou zakázku.

O některých úkolech novely, jako snížení administrativní zátěže či úspory veřejných prostředků a jejich splnění, již AVZ informovala začátkem února a závěry nebyly pozitivní. Obdobně je tomu napří-

klad u snahy zjednodušit prokazování kvalifikace uchazečů, kde se 54,5 % respondentů domnívá, že tento cíl nebyl splněn. Tento názor zastává velká část zadavatelů (61,9 %). Naopak mezi poradci názor, že novela snahu o zjednodušení prokazování kvalifikace splnila, podporuje 51,7 % dotázaných.

Město nově reguluje pouliční umění



Podobně jako třeba v ulicích New Yorku se budou moci obyvatelé i návštěvníci metropole zaposlouchat do hudby pouličních muzikantů. Nebudou to ale jen jazzmani, kteří smí na vybraných místech města bavit kolemjdoucí, magistrát schválil vyhlášku, která se týká všech forem umělecké produkce (tzv. buskingu) na veřejných prostranstvích.

„Vyhlášku jsme připravili na základě praktických zkušeností z pilotního projektu, kdy byl busking dočasně

Zapište si do diáře



INVENTO

Veletřh vynálezů a inovací
6.–8. 6. 2013
Praha – Výstaviště Holešovice

GREET VIENNA – Global Real Estate & Economy Talks

Platforma pro reality a investice
v CEE/SEE, Rusku, CIS a Turecku
12.–13. 6. 2013
Vídeň, Rakousko

Leadership for Life 2013

Mezinárodní konference na téma
rozvoje vůdčích osobností
12. 6. 2013
Hotel Boscolo Prague

KBM 2013

Mezinárodní Konference
bezpečnostního managementu
13. 6. 2013
ČVUT Praha

STYL

Mezinárodní veletrh módy
18.–20. 8. 2013
Výstaviště Brno

EUROTRANS

Mezinárodní dopravní veletrh
11.–14. 9. 2013
Výstaviště Brno

Mobility Management Congress 2013

Konference o trendech v řízení
podnikové mobility osob
18. 9. 2013
Národní technické muzeum Praha

SLOVMEDICA

Mezinárodní výstava zdravotnictví
26.–28. 9. 2013
Bratislava, Slovensko



Lidé kupují reality pro vlastní bydlení

Menší byty do tří milionů v širším centru města a v blízkosti metra, ale i celé činžovní domy nebo luxusní nemovitosti. Tak vypadá aktuální poptávka v Praze podle dvou renomovaných realitních kanceláří MAXIMA REALITY a Happy House Rentals. Protože ceny pronájmů se za poslední roky snížily, klesla i výnosnost a většina klientů kupuje byt nebo dům nejčastěji jako své nové bydlení.

Přestože i segment luxusních realit zaznamenal mírný pokles, obě realitní společnosti se shodují, že lidé nekupují nemovitosti bezhlavě, nad investicí více přemýšlí a kalkulují. „Je pravda, že se vždy objeví solventní klient, který ví, co chce, a je za to ochotný

povolen bez větší regulace. Nebylo lehké najít konsensus mezi rezidenty a provozovateli pouličního umění. Nicméně důležité je, že i Praha po vzoru světových metropolí busking definitivně podpořila,” zdůvodnili radní své rozhodnutí.

Nová vyhláška přesně definuje pouliční produkci, zakotvuje, že ji lze provozovat pod širým nebem, a vymezuje místa, kde je tato produkce zakázána a kde omezena.

Projekt zpružní komunikaci s úřady

Snazší přístup k informacím od úřadů slibuje nová služba Informaceprovsechny.cz, která umožňuje zadat prostřednictvím jednoduchého on-line formuláře dotaz na konkrétní pracoviště veřejné správy. Úřady tak mohou podle autorů projektu dokázat, že pracují tak, jak by měly, a dotazy občanů včas vyřizují.



zaplatit,” uvádí majitelka Happy House Rentals **Blazena Polahárová**. „Prodej luxusních nemovitostí však vyžaduje zkušeného makléře, který umí nastavit efektivní prodejní plán a optimální marketingovou strategii potřebnou k úspěšnému uzavření obchodu,” dodává **David Černík** z MAXIMA REALITY.

Také trh s činžovními domy je velice živý, přestože se naprostá většina činžáků na prodej nabízí pouze interně. „Většinou se jedná o diverzifikaci portfolia investorů a podmínkou je rozumná výnosnost, dobrá lokalita a co nejméně starostí,” říká Polahárová.



Autor nápadu Richard Hunt si od projektu slibuje zlepšení dialogu a vztahu mezi státní správou a občany. Jeho kolega **Martin Charvát** říká: „Stránky mohou sloužit jako místo pro získání informací, lze je využít například i k podání stížnosti. Portál však také může dotyčného uklidnit a ujistit, že úřady dělají, co je v jejich silách, aby problém vyřešily, a tak není potřeba stížnost podávat.” Na stránkách Informaceprovsechny.cz je možné vznášet dotazy na více než 6 000 kontaktů. V adresáři institucí jsou úřady, ale i státní podniky, firmy řízené obcí, soudy atd. ■

Vydání: 2/2013, číslo vyšlo 27. 5. 2013, příští číslo vyjde 16. 9. 2013; Pro HKP vydává: C.O.T. media, s. r. o., Komplex Olšanka, Táboritká 23/1000, 130 00 Praha 3; Šéfredaktorka: Kateřina Bártořová; Grafická úprava a sazba: Jiří Novák; Jazyková korektura: Táhna Holasová; Fotografie: Není-li uvedeno jinak, pocházejí fotografie z Thinkstockphotos.com; Foto na titulní straně: Hana Connor; Inzerce: C.O.T. media, s. r. o., Komplex Olšanka, Táboritká 23/1000, 130 00 Praha 3, Telefon: 226 257 720, Fax: 267 092 231, www.cotmedia.cz; Registrace MK ČR: E17859. ISSN 1803-6244, Novinová zászilka pov. ČP, a. s., OZ Praha 1, č. j. 6390/98 ze dne 14. 4. 1998; Uzávěrka příštího čísla: 14. 8. 2013; Vychází 4x ročně v nákladu 5 000 ks

Ing. Jaroslav Burčík, Ph.D.

vystudoval Fakultu elektrotechnickou ČVUT. V roce 2005 inicioval aktivity, které se na jeho domovské univerzitě pod hlavičkou projektu Tripod snažily rozvíjet inovační podnikání a transfer technologií. Po skončení projektu prosadil založení Centra spolupráce s průmyslem při Fakultě elektrotechnické a v prosinci 2009 byl jmenován ředitelem Technologického a inovačního centra ČVUT. Spojením obou těchto center vzniklo Inovacentrum poskytující služby pro celou univerzitu.

Propojujeme vědu s praxí

„U nás v Inovacentru vítáme výzvy. Pokud firma ví, co chce, a jen neví jak na to, pak určitě existuje cesta, která vede ke správnému řešení. V nalézání takových cest by měla naše univerzita vyvíjet mistrovství,“ míní šéf Inovacentra ČVUT Jaroslav Burčík. Důkazem, že české firmy mají ambici vyvíjet inovativní řešení a hledat podporu mezi experty z akademického prostředí, jsou tři stovky zakázek za miliony korun, na kterých v dejvickém Inovacentru v současné době pracují.

Jste průkopníkem spolupráce univerzitních vědců s podnikateli. Bylo náročné vaše vize realizovat?

Stále na tom pracujeme. Je to každodenní porce menších výzev, které se postupně daří překonávat. Nemůžu ale říci, že by nás to nějak vysilovalo, či zatěžovalo. Vlastně mě velmi baví všechny tyto výzvy překonávat.

Bylo těžké přesvědčit vedení univerzity, že je takové pracoviště nutností?

Bylo. Naše centrum reaguje na potřeby a zvyklosti, které jsou na západních univerzitách naprosto běžné. ČVUT si dodnes ještě plně neuvědomuje, že by takové pracoviště mělo mít a že by podporu inovativních nápadů mělo dělat na systémové úrovni. Na druhou stranu nemohu říci, že by se tak na ČVUT nedělo. Zdejší profesori jsou spíš navyklí na to, že spolupráce s podniky probíhá spontánně. Dlouho byla taková spolupráce dobrovolnou činností, věcí osobního přístupu. To ale není do budoucna udržitelné, protože firma, která má o spolupráci s vysokou školou zájem, často vyžaduje větší zapojení univerzity. Navíc od moderní univerzity se očekává aktivní zapojení do hospodářského rozvoje regionu. Zde má ČVUT co zlepšovat. Své pedagogy musí umět správně motivovat a za spolupráci se soukromým sektorem je vhodně odměňovat. Tak, aby tato činnost byla součástí prestiže akademického pracovníka.

Kdy jste tedy zjistil, že ČVUT potřebuje centrum, které bude propojovat byznys s vědeckými pracovníky a studenty?

Nejprve jako student a posléze jako pedagog jsem rád spolupracoval s podniky. Bylo to pro mě naprosto přirozené a velmi mě

bavilo se zabývat řešením konkrétního problému. Co mě naopak nebavilo, byla administrativa s tím spojená – podepisování smluv, vyjednávání cen, řešení personálních otázek, vyúčtování. Zkrátka všechny procesy, které jsou nezbytně nutné, musejí se dělat profesionálně, ale výzkumník nemá kapacitu se jimi zabývat. Protože jsem se chtěl věnovat především praktickému výzkumu, usoudil jsem, že by bylo dobré si kolem sebe vybudovat podpůrný tým. Záhy se ukázalo, že tomu, o co jsem usiloval, se říká podpora technologického transferu, která je ve vyspělém světě naprosto běžná. V roce 2008 jsem strávil měsíc na univerzitě v Oxfordu a v tamním špičkovém centru jsem se inspiroval. Od té doby jsem navštívil řadu dalších renomovaných univerzit a zjišťoval, jak to chodí jinde a jak by se to dalo dělat u nás.

Můžeme se už dnes srovnávat se světem, kde mají taková centra delší tradici?

V západních zemích mají oproti nám dvacetiletý náskok. Tam se prostředí pro vznik technologických center, tedy kultura podpory spolupráce mezi akademiky a firmami a kultura výchovy podnikatelů-inovátorů, zformovalo mnohem dříve. Tak daleko ještě nejsme, protože změna myšlení lidí vždy zabere hodně času.

Setkala jsem se s názorem, že studenti technických oborů ve škole nedostávají základy ekonomického vzdělání, že netuší, jak sestavit byznys plán, jak správně nastavit ekonomiku podniku. Tyto informace od vás studenti dostanou ve vašem inkubátoru InovaJET, je to tak?

Je. Studentům se snažíme pomoci postavit se na vlastní nohy. Oponujeme jejich myšlenky, máme programy, v rámci kterých



Jaroslav Burčík sleduje rostoucí zájem firem o spolupráci s experty z ČVUT se zadostiučiněním. Firmy podle něj oceňují, když mají možnost přímo v univerzitním kampusu oslovit někoho, kdo přesně ví, jaké odborníky pro daný úkol oslovit. Zde podle ředitele Inovacentra ČVUT tkví přidaná hodnota jeho pracoviště, které umí komerční a akademické prostředí efektivně propojit.

Inovacentrum ČVUT

je univerzitní centrum pro spolupráci s průmyslem v České republice i v zahraničí. Vzniklo v roce 2010 sloučením dvou svých předchůdců, Centra pro spolupráci s průmyslem Fakulty elektrotechnické a Technologického a inovačního centra ČVUT.

Inovacentrum ČVUT poskytuje komplexní služby všem, kteří chtějí zvýšit svou konkurenceschopnost a k inovaci výroby, provozu nebo služeb využít odbornosti expertů z nejstarší a nejprestižnější české technické univerzity.

www.inovacentrum.cvut.cz

si mohou vyjasnit, co vlastně chtějí a zda má jejich nápad šanci na komerční využití.

Je pravda, že ČVUT sice nabízí toto know-how naším prostřednictvím, ale jednotlivé fakulty na něj příliš velký důraz nekladou. Ve standardních univerzitních osnovách je skutečně málo příležitostí, které studentům napoví, jak začít podnikat.

Našimi aktivitami pomáháme stávající prostředí měnit. Jde jen o to, aby byla naše práce vnímána jako přínos, abychom byli podporováni jak jednotlivci, tak celou organizací. Toto je právě jedno ze zmiňovaných úskalí – musíme umět přesvědčovat, že to, co děláme, má smysl a je prospěšné pro univerzitu i její širší okolí. Musíme umět argumentovat a dokazovat, že to jde.

Kam se spolupráce firem a vědeckých pracovišť za dobu, co ji máte možnost sledovat zblízka, posunula?

Před revolucí měla řada firem svá vlastní výzkumná a vývojová oddělení, byla to běžná věc a myslím, že celkem dobře fungovala. Ovšem po revoluci ztratila spousta státních podniků svou konkurenceschopnost, protože výzkum a vývoj byl nastavený na konkurenci zemím RVHP, nikoli západního světa. Vznikalo množství firem, které se v rámci svého dalšího rozvoje soustředily hlavně na obchodní činnost. Nakoupily, s marží prodaly a tím vydělaly peníze. Relativně malé procento podniků zkoušelo přijít s něčím novým.

Dnes se situace významně mění. Domácí firmy potřebují přicházet s výrobky s vysokou přidanou hodnotou a zde má univerzita tím, že je jakousi studnicí znalostí a má dlouhodobě profilované odborníky, rozhodně co říci. Vzniká velký prostor pro spolupráci. Všimám si, jak roste chuť firem, kterým samotný obchod už nestačí, investovat do špičkových technologií. Podnikatelé hledají inspiraci, zjišťují, jak ušetřit náklady a jak by mohli do svého byznysu získat nové myšlenky, novou krev.

V tomto ohledu se situace rok od roku lepší. Sleduji rostoucí zájem ze strany firem, větší objem spolupráce s univerzitou. Co je důležité – firmy ocení, že se jim na univerzitě někdo věnuje, že je propojí s odborníky, které skutečně hledají. To je myslím náš největší příspěvek k podpoře spolupráce mezi komerčním a akademickým prostředím.

Jak konkrétně tato podpora vypadá?

Pomáháme v okamžiku, kdy firma chce překonat nějaký problém, který není triviální a k jehož vyřešení potřebujete určité expertní znalosti. Nejprve si vyjasníme zadání, které je nezbytné vnímat v širším kontextu. Firma totiž svůj produkt na rozdíl od akademiků dobře zná, ví, v jakém tržním prostředí se pohybuje, a ví, jak se na trhu může nebo nemůže profilovat. Pro hledání úspěšných řešení je pak důležité, aby celý tým – tedy včetně akademiků tyto

kontextové informace vnímal. Naším prvotním cílem je tedy vyprecizovat zadání, abychom věděli, kdo by ho dokázal řešit. Následně vybíráme vhodný tým odborníků. Naše výhoda je, že působíme mezifakultně, takže tým dokážeme poskládat z různých pracovišť napříč obory a na míru potřebám firmy. Pak už jen závisí na tom, do jaké hloubky nás do onoho problému firma pustí.

Naše role může skončit u rešerše možných řešení a návrhu toho, jaké principy použít, jaké cesty vývoje by mohly následovat, můžeme ověřit, zda tyto cesty už náhodou nejsou chráněné patenty, ale můžeme se také pustit do samotného řešení. Vše záleží na klientovi, zda mu stačí pouze nasměrovat, nebo jestli chce projekt dovést až ke společnému výzkumu. Naše spolupráce tedy může skončit výčtem řešení a návrhem, kudy dál, nebo vznikem společného pracoviště, kde na řešení pracuje tým vědců z ČVUT s lidmi z dané firmy.

Máme potenciál si znovu vydobýt světový věhlas a navázat tak na převratné vynálezy typu patentka, kontaktní čochka nebo kostka cukru?

Myslím si, že jakýkoli vynález či služba, která uspěla na úrovni města, kraje nebo státu, je skvělá věc. To, že neuspěla zrovna v globálním měřítku, ještě nic neznamená. Třeba jen neměla tu ambici. Každý, kdo něco takového dokázal, zaslouží ocenění. A o tom to celé je. Musíme se začít učit nahlížet na podnikatele jako na profesi, která je oceňována, čestná a záslužná. Podnikatel, pokud dodržuje všechny zákony, je všemi ctěn. Dává práci lidem, dává jim za ni peníze, za které si lidé mohou kupovat věci, které je uspokojují.

Kdo se o změnu nahlížení na podnikatele má podle vás zasloužit v první řadě?

Jestliže máme své děti učit tomu, že postavit se na vlastní nohy je přirozené, že by neměly čekat, až je někdo zaměstná, ale samy se do podnikání pustit, musí to vnímat i za hranicemi nejbližší rodiny. Jakoukoli podporu podnikatelské kultury a podnikatelského prostředí ze strany státu tedy považuji za velmi důležitou věc, která by se neměla zanedbávat.

Jaké jsou vaše další ambice? Čili, kdy budete moci říci, že jste českému výzkumu a vývoji přinesl vše, co jste si předsevzal?

Toho se asi nikdy nedočkám, protože mám neustálou potřebu tvořit a zlepšovat. Velmi bych si přál, aby se nám v brzké době podařilo vybudovat centrum, které se bude kvalitou svých služeb rovnat úrovni center deseti nejlepších univerzit světa. A pokud někdo přijde s přelomovou technologií a my budeme mít možnost být u toho, chtěl bych, abychom jí dokázali dát náležitou podporu. ■

Kateřina Bártová

sály i pro menší akce od 100 účastníků

nejnovější technické vybavení a prvotřídní catering

v centru Prahy

place for your event


**KONGRESOVÉ CENTRUM
PRAHA**

Jsme moderní evropské kongresové centrum a jediné zařízení svého druhu v ČR, vhodné pro pořádání nejrůznějších akcí libovolné rozsahu a zaměření.

Disponujeme 70 sály a salónky s kapacitou od 20 do 2 764 míst, s celkovou kapacitou 9 300 míst. Současně dokážeme poskytnout odpovídající výstavní prostory pro doprovodné akce.

Zaručujeme vysokou kvalitu poskytovaných služeb. Plně klimatizované prostory, vlastní AV techniku, caterer pro českou i mezinárodní kuchyni, dostatek parkovacích míst i skvělou dopravní dostupnost.



www.kcp.cz



Odpověď na to, co udělat pro inovativnější svět, hledal výzkum **Globální inovační barometr 2013**, jenž zpovídal přes 3 000 vrcholných manažerů z 25 zemí. Většina respondentů chce důkladnější ochranu domácích inovací a připouští, že inovace podnikatelských modelů hraje stále větší roli.

Zatímco ikonou uplynulého století byla Wall Street a transfer kapitálu, rokem 2000 se začala psát nová dějinná epocha. Pozornost se upnula k technologiím a Silicon Valley se stalo povinnou destinací každého inovátora. Know-how, kreativita a nadšení přetavené v převratné výrobky a služby jsou předpokladem pro to, abychom v dnešním vysoce konkurenčním prostředí obstáli. Nezbyvá než si upřímně zodpovědět obvyklé existenciální otázky: co mohou Češi nabídnout a kde přesně je na ekonomické mapě světa naše místo.

„Pakliže chceme být konkurenceschopní, musíme se tématem inovací začít zcela vážně zabývat, protože inovační potenciál tu rozhodně je. Musíme však intenzivně pracovat na změně myšlení v celé naší společnosti a budovat takovou kulturu podnikání, která bude inovace vnímat jako své nejdůležitější poslání,“ je přesvědčen **Roman Šiser**, ředitel obecně prospěšné společnosti Česká inovace (ČIN).

Globální inovační barometr 2013, mezinárodní výzkum společnosti GE, ukázal, že schopnost kreativního myšlení je společně s odbornými znalostmi zaměstnanců stěžejním aspektem inovačního potenciálu firmy. Ruku v ruce s tímto přístupem jde princip moderního, inovativního leadershipu, který usiluje v první řadě o úspěch firmy jako celku, ne pouze o finanční prospěch majitele firmy nebo akcionářů a v němž touha po vítězství nahrazuje důraz na výsledek. Takoví lídři dávají svým zaměstnancům možnost sáhnout si na něco opravdu velkého tím, že se z každého člena týmu stává svěbytná a kreativní jednotka s velkou vnitřní motivací a vysokou mírou osobní odpovědnosti. „Efektivita je cesta do slepé uličky, v týmu je potřeba probudit cit pro tvůrčí činnost,“ konstatuje **Petr Rokůšek**, zakladatel a majitel firmy Nano Energies.

Generální ředitel společnosti 3M Česko **David Vrba** k tomu dodává: „V současné době se inovační management skoro nikde neučí, a pokud ano, je to poměrně okrajová věc. Přitom by měla být klíčová.“ V České

republice je podle něj nutné propojovat kapitál s nápady, odstraňovat bariéry mezi soukromým sektorem a akademií a pomocí školení, seminářů a zakládáním coworkingových center rozšiřovat zdejší inovační gramotnost. „Inovace skutečně není one-man-show, bude čím dál tím víc záležet na spolupráci firem napříč jednotlivými sektory.“

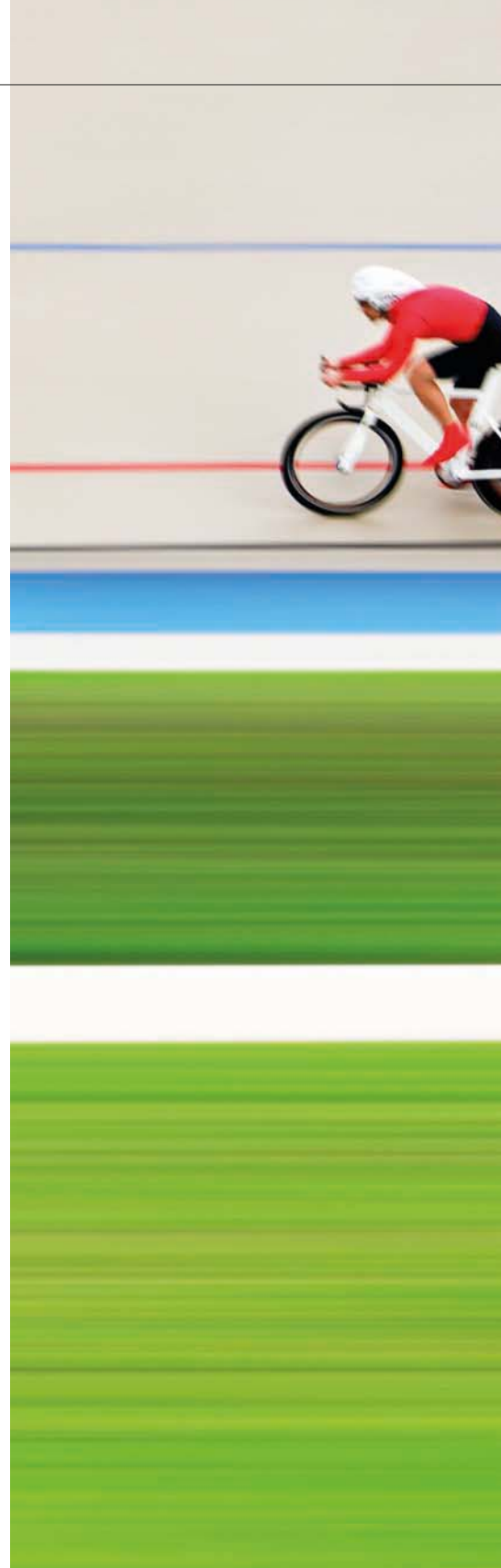
Dva rozdílné světy

O konkurenční výhodě, kterou představuje strategické partnerství mezi společnostmi zejména na rozvíjejících se trzích, hovoří zmíněný Globální inovační barometr. Pustit se do společného projektu je podle oslovených manažerů cestou, jak porazit své soupeře a generovat zisk. Výzkum zároveň uvádí, že ačkoli by spolupráce přinesla značné výhody, firmy mají strach z nedostatečné ochrany intelektuálního vlastnictví, nedostatku vzájemné důvěry a z přetahování talentovaných zaměstnanců.

Problémů, které je potřeba překonat, abychom dali inovačním procesům v Česku náležitý spád, je však mnohem víc. Přestože dokážeme k inovacím přistupovat s důvtipem, chytrostí a ohledem na praktičnost, dělá nám potíže inovativní myšlenky komercializovat. „Předkladatelé inovací často nedokážou svůj nápad obhájit před potenciálním investorem. Chybí jim marketingové myšlení, neznají svou konkurenci, nemají dostatečně propracovaný byznys plán, často ztroskotají na neschopnosti své myšlenky srozumitel-

ně prezentovat – buď mluví příliš vědecky, nebo jejich argumentace naopak plave na vodě. Toto know-how chceme inovátorům předávat na našich akcích,“ říká Roman Šiser z ČINu.

V začátcích je také spolupráce soukromého sektoru s univerzitními pracovišti. V tomto ohledu nám může být vzorem bostonská MIT nebo univerzita v Cambridge, na kterých to inovacemi doslova dýchá a kolem nichž se rodí množství životaschopných start-up projektů. Přesto se už i u nás najdou univerzitní inovační centra, která chtějí sloužit jako prostředník mezi firmami a výzkumníky z vysokých





Inovace není one-man-show. Její budoucnost tkví ve spolupráci.

škol. Kus cesty urazilo pražské ČVUT, VUT v Brně nebo Technická univerzita v Liberci. „Vysoké školy se často uzavírají samy do sebe, jsou spokojené s tím, jaké produkují výsledky, a trochu se bojí konfrontace s průmyslovou praxí a jejími potřebami. Myslím si, že je čas ukázat, že tomu tak všude není, že počet těch, kteří chtějí reagovat na potřeby praxe, roste a že se snaží k rozvoji inovativního prostředí přispět,“ upozorňuje vedoucí Katedry kybernetiky ČVUT **Vladimír Mařík**. Inovace na českých vysokých školách podle něj vznikají a řešení pro potřeby průmyslu se v jejich výzkumných pracovištích vymýšlejí. Bohužel ale o ně

38.
příčku

zaujímá aktuálně **Česká republika v žebříčku nejvyspělejších inovátorů světa.**

mají zatím větší zájem velké nadnárodní firmy než český podnikatelský sektor, zejména malé a střední firmy. „Toto bychom chtěli také změnit, chtěli bychom se stát jakýmsi výzkumným centrem pro malé a střední podniky, aby chodily na univerzitu pro poznatky jako

do svého vlastního výzkumného střediska.“ Firmy, které chtějí spojit síly s vysokoškolskými pracovišti, ovšem nemusí hledat spojence jen u nás, mohou se vydat do zahraničí a tam nalézt to, co skutečně potřebují. „Občas mi připadá, že si chceme hrát jen



na našem vlastním písečku. Přitom otevřít se světu, spolupracovat se zahraničními vědeckými kapacitami, nebo je k nám dokonce přilákat, je pro inovační prostředí opravdu stěžejní," myslí si Roman Šiser.

Inovační, či investiční pobídky?

Jak inovativní projekt financovat? Nabízí se celkem dost možností – státní a evropské dotace, bankovní úvěry nebo rizikový kapitál v podobě business

Inovativní lídři dávají svým zaměstnancům svobodu a možnost sáhnout si na něco opravdu velkého. Z jednotlivých členů týmu se stávají kreativní lidé s velkou vnitřní motivací a vysokou mírou osobní odpovědnosti. Efektivita je pasé, v týmu je třeba probudit cit pro tvůrčí činnost.

Projekt CzechInvestu CzechAccelerator nabízí podnikatelům příležitost vyjet na 3 až 6 měsíců do USA, Izraele, Singapuru nebo Švýcarska a strávit nějaký čas v podnikatelském inkubátoru, jenž je zaměřen na podporu a rozvoj začínajících podniků. „Hlavní výhodou tohoto projektu spatřuji v tom, že podnikatelé mají možnost zažít, jak vypadá inovační prostředí a byznys v zahraničí. V mnoha případech získají kontakty na venture kapitál. Je to pro ně obrovská lekce a příležitost, jak získat potřebné know-how,“ dodává ředitel sekce evropských fondů ministerstva průmyslu Petr Očko.

U přímé státní podpory však hrozí riziko přebujelé byrokracie, která žádosti firem o tyto prostředky často odradí. „Mám informace přímo z praxe, že použít se do byznysu se státem je obvykle velmi administrativně náročné a tím pádem neefektivní. Pokud jdou z veřejného rozpočtu peníze na inovace, předpokládá bych, že stát zaujme mnohem akčnější, experimentálnější, a tedy inovativnější přístup,“ míní Roman Šiser. Karel Půbal z PwC k tomu podotýká: „Je potřeba hledat modus operandi, aby státní a privátní sektor mohly fungovat společně, aby uměly koordinovat své kroky a zbavily tak naši zemi nálepky montovny či výrobní linky Evropy.“

Stát by měl podobně jako úředníci ve Švýcarsku, Skandinávii nebo v Turecku být hlavním hybatelem, nikoli blokátořem inovačního prostředí. Nebylo by možná od věci, kdyby se místo lákání zahraničních investorů nastavil atraktivní pobídkový systém pro příchod firem, které zde otevrou svá inovační centra. Investiční pobídky tedy nahradit těmi inovačními. ■

Kateřina Bártová

Slovník inovátora

Business angel – individuální investor s vlastním kapitálem k financování perspektivních malých a středních podniků s výrazným růstovým potenciálem.

Klastr – místní seskupení vzájemně propojených firem a institucí v konkrétním oboru. Klustry zahrnují skupinku provázaných průmyslových odvětví a dalších subjektů důležitých pro hospodářskou soutěž.

Private equity – investice do společností s jasnou historií ve fázi zralosti.

Seed – raná fáze životního cyklu firmy; podnikatel má základní představu o svém produktu a podnikatelském záměru a do výzkumu a vývoje směřuje převážnou část finančních zdrojů.

Spin-off – někdy také spin-out firma – je podnikatelský subjekt založený za účelem komercializace duševního vlastnictví vytvořeného na výzkumné organizaci. Provázání firmy a univerzity může být různě těsné.

Start-up – založená či zakládaná společnost, která ještě nezahájila komerční prodej svých výrobků nebo služeb a nemá žádný zisk. Financování je spojené s komercializací produktu vyvinutého v předchozí fázi.

Venture kapitál – představuje finance sloužící k investování do velmi rychle rostoucích inovativních projektů, je založen na vstupu investora do vybraného podniku prostřednictvím navýšení jeho základního kapitálu.

Zdroj: CzechInvest, VUT Brno, Wikipedia



Produktová inovace vyžaduje propojení výzkumníků z univerzit s firmou. Aplikovanému výzkumu udává směr firma, která ho také financuje. Teprve poté přichází na řadu vývoj výrobku, jeho prototypování a až nakonec jeho komercializace.

angels či komercializace. Na MPO nedávno vybrali licencovaného správce seed/venture kapitálového fondu. Bude jím společnost Conseq. Jejím prostřednictvím tak bude do inovací investovat částečně stát a z části soukromé zdroje, přičemž zisk z úspěšných projektů bude reinvestován do dalších inovací. Rozdělovat se má více než miliarda korun.

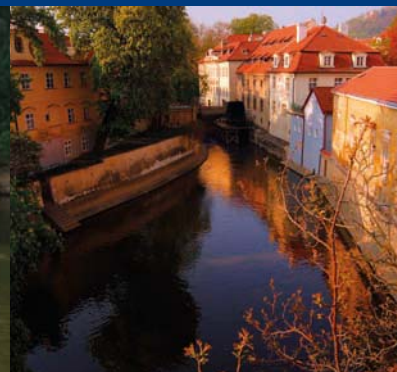
PRAGUE BOATS



pravidelné plavby

- hodinové projížďky od 10 do 22 hodin denně
- dvouhodinové plavby Prahou
- vyhlídkové plavby s obědem nebo večeří
- linkové plavby do ZOO a na Slapy

akce na klíč firemní večírky



plavby na objednávku

- historické kolesové parníky
- luxusní motorové lodě
- kompletní gastronomický servis

PRAGUE BOATS s.r.o.

tel.: +420 224 810 030, 224 810 032, fax: +420 224 810 003

mobil: +420 724 202 505, 605 700 007

e-mail: evd@paroplavba.cz, www.evd.cz, www.prague-boats.cz



Řemeslo žije!

... i díky Top Kempům

Lanýž, čerstvá norská treska, bagetky obzvláště vypečené... Už jen vyjmenování surovin nepochybně evokuje bezvadnou krmí. O tom, že samotné suroviny ke gurmánským orgiím stačit nemusí, ale je potřeba umět je správně upravit a připravit k vaření, se měli možnost přesvědčit učni pražských odborných škol na řadě Top Kempů, seminářů a workshopů, které pro ně byly připraveny v rámci projektu Řemeslo žije! II.

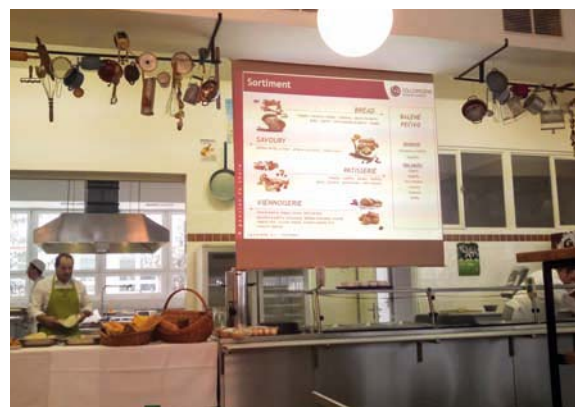
Akce samozřejmě nebyly určeny pouze budoucím kuchařům, ale i dalším profesím. Studenti oboru strojní mechanik se učili svářet pod vedením majitele firmy **AZ WELDING** Josefa Jonáše. Pro spojové mechaniky připravila workshop firma **TEMO**, technologicky orientovaná společnost se zaměřením na poskytování vysoce kvalifikovaných služeb v oblasti telekomunikačních, slaboproudých a silnoproudých systémů a sítí. Jeden z největších evropských výrobců kompletního chladicího zařízení – **Ostrov Complete** – připravil semináře pro elektrikáře, nástrojáře a strojní mechaniky. ■

Andrea Kábelová, HKP



Jak co nejchutněji uvařit jednu z největších labužnických pochoutek – lanýže? To bylo hlavním tématem workshopu pro kuchaře v restauraci La Truffe. Se zpracováním a recepty na lanýže učně pražských odborných škol seznámili šéfkuchař Jiří Voráč a Michal Šeda.

Firma La Lorraine připravila seminář o tom, jak připravit těsto vhodné pro mražené pečivo, jaké druhy pečiva z něj lze upéct. Učni se dozvěděli, jak těsto správně zamrazit a pak rozpéct, aby bylo nejen chutné, ale aby splňovalo všechny hygienické normy.



Slavné hrabalovské dilema – Se zelím, nebo se šípkovou? – mohli adepti kuchařského umění začít řešit teprve poté, co kance pod odborným dohledem šéfkuchaře hotelu Corinthia Tower Romana Dolejše rozbourali. Zvítězilo kančí se šípkovou...



Špičkoví kuchaři pod vedením Romana Dolejšy z hotelu Corinthia Tower předvedli svým následovníkům, jak správně vykuchat, naporcovat a připravit norskou tresku, kluci si vše následně mohli vyzkoušet sami. Kromě toho se naučili i zpracovat a uvařit i řadu plodů moře.

S obrovským zájmem se mezi učni krejčovského oboru setkala prohlídka Barrandovských ateliérů a skladů kostýmů. Studenti si mohli detailně prohlédnout práci mistrů na kostýmech z nejslavnějších českých filmů a seriálů, např. oblečení Jana Wericha z filmů Císařův pekař a Pekařův císař.



Řemeslo žije! ... i díky vám!

Je nám velkou ctí, že se do projektu Řemeslo žije! zapojili nejvýznamnější hráči na trhu pražského podnikání, ale i firmy, jejichž význam a úspěchy sahají daleko za hranice České republiky. Velice si však vážíme i ne tolik známých podniků a řemeslných dílen, které učňům nemůžou dát „nic víc“ než to, že je naučí poctivě řemeslné práci a dovednostem.

A tak se stane, že učni mají možnost dostat se na exkurzi nebo Top Kemp jednou do **Škody Auto Mladá Boleslav, a.s.**, podruhé do zámečnictví **Fábera**. Jedním z neaktivnějších členů ze stáje firem, které se na projektu Řemeslo žije! podílejí, je restaurant **Aureole**, který nedávno získal michelinské doporučení „Bib Gourmand“. Své zkušenosti učňům osobně předává i mistr truhlář dílen Národního divadla pan **Zdeněk Bernauer**.

Seznam podniků a odborníků, kteří se aktivně podílejí na výchově učňů různých řemeslných oborů je mnohem rozsáhlejší a my vás s nimi pravidelně seznamujeme na stránkách tohoto časopisu. Pokud se do práce s mladou generací chcete zapojit také, máte samozřejmě možnost. Kontaktujte Ing. Barboru Kačkovou z Hospodářské komory hl. Prahy.

Ing. Barbora Kačková
E-mail: kakova@hkp.cz
Tel.: 224 818 197



Workshopy a Top Kempy v Zámečnictví FÁBERA jsou již v projektu Řemeslo žije! tradicí. Pokaždé se setkávají s velkým zájmem učňů a pokaždé se jim věnuje majitel firmy Josef Fábera osobně.

Majitelé zakázkového krejčovství na Malé Straně učili poctivě ruční krejčovně.



OPERAČNÍ PROGRAM PRAHA
ADAPTABILITA



**ŘEMESLO
ŽIJE!**

PRAHA & EU

INVESTUJEME DO VAŠÍ BUDOUCNOSTI

EVROPSKÝ SOCIÁLNÍ FOND



Foto: archiv Jany Kasalové

Hlubiny vnáší do mého života jiný rozměr. Také klid, pokoru a dobrodružství.

Cucnout, potopit a včas uhnout

Jana Kasalová je majitelkou společnosti Casteam – Institutu kreativity a komunikace, která má lidem pomáhat být lepší nejen v práci, ale i v osobním životě. Bezelstně přitom přiznává, že z lidí vycucává energii, potápí je, a než by si způsobila srážku s blbcem, raději včas uhne. Anebo je to vše tak trochu jinak?

Vlastníte firmu, která se definuje jako institut kreativity a komunikace. Co si pod tím máme představit?

Naším středobodem není jenom klient, ale hlavně člověk. Klienta pouze obhospodařujete, je pro vás ve finále zboží. Člověka ale nejprve vyslechnete, pak se zamyslíte, zda pro něj něco můžete a umíte udělat a zda o to ten člověk vůbec stojí. Teprve potom mu na míru ušijete jeho program obsahující výuku komunikace, prezentace, počítačové zdatnosti, právního minima, etikety v chování, vizáže, přípravy na novou pracovní či životní roli... Totéž jde dělat s většími skupinami.

Myslíte tím vzdělávání ušité každému přesně na míru?

Nenazvala bych to přímo vzdělávání. Ano, učíme, ale opravdu hodně na základě představy našich objednatelů, po diskusích s nimi, ne podle skript. Běžně používáme metody workshopů, praktických nácviků, her. Situace natáčíme, rozebíráme, třeba během mediálních tréninků simulujeme televizní studio, různé žánry a různá média.

Ve svém profesním životě jste byla podřízenou, šéfkou, potom zase podřízenou, pak jste opět šéfovala. Máte tudíž zkušenosti z obou stran barikády. Můžete své postřehy z tohoto kolbiště vyličit?

Takhle jsem o tom vlastně ještě nikdy neuvažovala. Jsem asi za všech okolností odpovědná za sebe a za to, co dělám – to zní nafoukaně, brrr! Ale nevdám mi řídit lidi ani se nechat řídit. Ono stejně ve finále více jak pět až sedm lidí neuřídíte. Máte-li někoho nad sebou, pracuje se vám lépe pod autoritou nežli pod blbcem – v tomto ohledu jsem měla

štěstí. No, a obecně se prostě řídím moudrostí: Ved' – následuj – nebo uhní.

Mám dva syny, kteří navštěvovali trochu zvláštní školu. Výuka v ní byla přímo postavena na tom, aby děti říkaly, ale hlavně obhajovaly své názory. Na jedné straně jsem byla nadšená, když jsem slyšela, jak sedmi-osmiletý kluk dokáže hezky formulovat své myšlenky. Na straně druhé – jako správné Husákovy dítě – jsem byla občas lehce zděšená jejich „drzostí“. Jak je to s dnešními manažery a jejich podřízenými – jsou to ještě stále utápnuté Husákovy děti, nebo se už umí prodat, prosadit a obhájit svůj názor? Jak jim váš institut v tomto může pomoci?

To je trefné, s těmi syny... Své adolescentní dceři říkám – je báječné, že se učíte diskutovat, ale prosím tě, studuj pořádně dějepis a zeměpis a hodně čti, abys měla argumenty, a ne „prstovůcky“. A hlavně nezapomeň, že luxus argumentovat je také v luxusním používání jazyka, včetně jeho gramatiky, včetně skladby. Není nadšená, ale jednou mi třeba poděkuje.

Umění prodat a prosadit sama sebe nebo svůj výrobek, produkt či cokoliv jiného nespočívá jen ve schopnosti povrchního tlachání. Je to komplex inteligence, moudrosti, zkušenosti, vzdělání. Prostě všeho, co jde z vás vůči ostatním, když promluvíte. A to vše je nějak zabaleno do řeči vašeho těla, tónu vašeho hlasu, schopnosti pracovat se svou formou, kterou vlastně tělo od účesu až po tkaničky na botách je.

„Pomůžeme Vám najít, co ve Vás je,“ tak zní od počátku naše firemní heslo – člověka nepředěláváme, pomáháme mu cestovat sebou samým.

Umění prosadit se spočívá v kombinaci inteligence, moudrosti, zkušenosti a vzdělání.



Foto: Monika Navrátilová

PhDr. Jana Kasalová

vystudovala Fakultu žurnalistiky UK, pracovala jako novinářka, spoluzakládala časopis Reflex. Od roku 1995 se pohybuje v televizním prostředí, jako reportérka a dramaturgyně na Nově, jako ředitelka programu, vlastní tvorby a vývoje nových programů na Primě a v ČT. Její firma Casteam se zabývá rozvojem osobnosti a vzděláváním dospělých. Přednáší umění komunikace a prezentace a její specialitou jsou tvrdé mediální tréninky. Je vášnivou potápěčkou, s přáteli založila občanské sdružení 2. dech, které nevidomým zprostředkovává potápěčské zážitky. Průběžně bojuje s chutí na smažená jídla a poměrně často podlehne...

Pracuje se vám lépe se ženami nebo s muži?

Myslím tím obě situace – máte raději kolegyně než kolegy či klientky než klienty?

Čím jsem starší, tím více si vážím času stráveného s lidmi chytrými, vtipnými, s pozitivní energií, již si mohu trochu cucnout. Lhostejno, zda je to žena nebo muž.

Radíte svým klientům například i v tom, jak si mají vybrat nového spolupracovníka či jak správně poskládat pracovní tým, aby co nejlépe fungoval? Můžete alespoň nastínit, jaká jsou zde nejdůležitější pravidla?

Pokud takový požadavek vznesou, samozřejmě. Velké firmy někdy potřebují druhé oči zvenku při sestavování a aplikaci hodnotících dotazníků vlastních zaměstnanců apod. Klientům, kteří si chtějí nové spolupracovníky vybírat přímo sami bez pomoci profesionálních agentur, pak poradíme pevné nervy a postup podle šablony: koho přesně hledám, kdo ho bude z mé firmy hledat, dokdy ho najdu, jak ho ocením, co mu nabídnu, co udělám a dokdy, když ho nenajdu.

Co mě osobně hodně baví, jsou týmové hry již stávajících pracovních kolektivů, během nichž se vyjasňují pracovní pozice a role v kontextu s těmi neoficiálně vznikajícími spontánně při těchto hrách a teambuildinzích – fuj, to je slovo, ale jak jinak to říci – kolegové na stavbě (smích)?

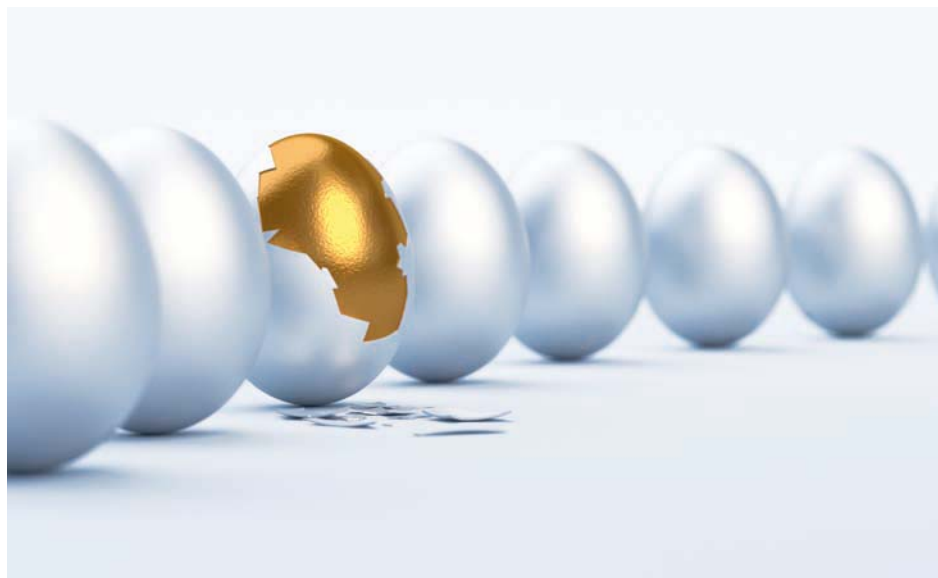
Dočetla jsem se o vás, že lidi kolem sebe posuzujete zejména podle své vlastní intuice, necháváte si je ale zároveň důkladně progooglovat a – co mne docela zarazilo – vytvoříte si na ně názor i podle toho, v jakém se narodili znamení. Jak to doopravdy je?

Znamení horoskopu je pro mě kouskem, dílkem, částí informace o člověku. Doplní mi mou – jak vy říkáte – vlastní intuici a taky klasický životopis. Samozřejmě jsem trochu deformovaná tím, co učíme, a pozoruji bedlivě obsah i formu lidí kolem sebe. Ale snad to ještě není patologické.

Když jsem po vás chtěla fotografie pro tento rozhovor, poslala jste mi i potápěčskou. To je nějaký adrenalin?

Potápění je můj druhý život. Svět pod vodou a jeho živočichové, kteří tu většinou byli dávno před námi a budou i po nás. V potápěčské komunitě se cítím dobře. Potkala jsem tam pár ryzích přátel. S jedním z nich, který již řadu let učí potápět nevidomé, jsme založili občanské sdružení 2. dech. Kromě podpory sportovního potápění jako takového je našim hlavním cílem příprava manuálu pro potápění nevidomých a slabozrakých a jeho uvedení do života v mezinárodním měřítku. Baví mě to a má to smysl. ■

Andrea Kábelová, HKP



Rating MSP expresně a i pro firmy bez minulosti

Rating MSP je zavedenou značkou pro odborný a objektivní pohled na skutečný ekonomický stav firem už více než devět let. Přesto se stále snaží zdokonalovat se a přicházet s rozšiřováním portfolia svých služeb. Nejčerstvějšími novinkami jsou služby Start-up a EXPRES.

Výsledky Ratingu MSP je možné pomocí běžné objednávky získat do deseti pracovních dnů, pokud ovšem označíte v objednávce možnost **EXPRES**, budete znát výsledek už za dva pracovní dny. Tato možnost je určena každému, kdo má pro předložení výsledků ekonomického zdraví daný pevný termín a při běžné době zpracování by se časový limit nemusel dodržet.

Firmy, které své podnikání teprve rozbíhají, mají nově také možnost znát svou věřitelskou důvěryhodnost – pomocí Ratingu MSP. Pro subjekty bez účetní historie byl zřízen tzv. **Start-up** výpočet. „Pokud není splněna podmínka účetní historie minimálně jeden rok a jedno čtvrtletí, není možné výpočet provádět donedávna jediným možným způsobem, tedy automaticky. U takových subjektů je nutné k výpočtu přistupovat analyticky, což je mnohem náročnější, ovšem v případě nedostatku účetních dat jedinou možností. Z tohoto důvodu je cena výpočtu mírně vyšší oproti automatizovanému způsobu, kde tým analytiků nehodnotí, ale pouze kontroluje data,“ vysvětluje manažer projektu Rating MSP Jiří Svoboda.

Snáze k EU fondům

Vynaložené peníze se však mohou podnikateli mnohonásobně vrátit. I začínajícím podnikatelům služba Start-up může usnadnit cestu k získání peněz

Výsledky služby iRating za rok 2012

měsíc	neprošlo	prošlo	celkem
leden	15	197	212
únor	22	394	416
březen	27	378	405
duben	23	1 170	1 193
květen	19	841	860
červen	65	1 383	1 448
červenec	51	1 063	1 114
srpen	15	494	509
září	24	477	501
říjen	27	616	643
listopad	26	823	849
prosinec	24	240	264
CELKEM	338	8 076	8 414
%	4,02	95,98	100,00

Zdroj: HKP

ze Strukturálních fondů EU. Potvrzení o dobrém hospodářském stavu firmy je vyžadováno u žadatelů o prostředky z Operačního programu Podnikání a inovace (OPPI). Již několik měsíců vyžaduje dokla-

4,02
%

žadatelů o iRating
ekonomickým
hodnocením **neprošlo**

Jaký je rating českých firem?

Ministerstvo průmyslu a obchodu využívá ratingových nástrojů pro ekonomické hodnocení žadatelů o dotace z Operačního programu Podnikání a Inovace (OPPI). Pro tyto účely pražská komora společně s firmou CRIF – Czech Credit Bureau vytvořily službu iRating, kterou si nechalo vystavit již 26 789 podnikatelských subjektů. Z analýzy subjektů, které ratingem prošly, vyplývá, že firmy z řad MSP (SME) jsou zdravější než velké podniky. Velké podniky dosahují ve valné většině pouze průměrných výsledků. Naopak MSP jsou hodnoceny převážně nejvyššími stupni. Největší podíl na žádostech mají dotace na investiční projekty.

dování ekonomického stavu žadatele i Magistrát hl. m. Prahy, který je řídicím orgánem Operačního programu Praha Konkurenceschopnost (OPPK). Výzvy z tohoto programu se zaměřují na investiční pobídky výhradně pro pražské podnikatele. Operační program Praha – Konkurenceschopnost nabízí široké možnosti k investiční podpoře podnikání. Pokud působí žadatel v některém z podporovaných odvětví, jakými jsou například informační technologie, stavebnictví či zpracovatelský průmysl, může dosáhnout na dotaci přesahující hranici 5 milionů korun. Z uvedených prostředků pak může hradit strojní vybavení, pořízení či zhodnocení budov nebo nákupy patentů a licencí. Všechny potřebné informace o Ratingu MSP a nutné formuláře pro objednání mají firmy možnost najít na webových stránkách www.ratingmsp.cz. ■

HKP





Zeptali jsme se ... Lucie Tkadlecové, spolumajitelky Únětického pivovaru

a zatím se nám dařilo. Za to jsem opravdu ráda a vděk patří jednak našemu týmu pracovníků, kteří věří v úspěch pivovaru, a našim zákazníkům a spotřebitelům, kteří nás podpořili a podporují. Hlavním mezníkem byla první várka, kterou se podařilo uvařit 15. května 2011. Od té doby stále postupujeme menšími, ale důležitými kroky vpřed. Podařilo se například rekonstruovat prostory sladovnických humen, kde je od dubna 2012 otevřena restaurace.

Čemu vděčíte za úspěch vašeho podnikání?

Do velké míry pivnímu trhu. Hospody již běžně mají tzv. čtvrtou pípu, ze které točí pivo z menšího pivovaru jako alternativu ke globálním značkám. Díky tomu si mohli naši zákazníci a spotřebitelé pivo ochutnat a posoudit jeho kvalitu a chuť. Dnes je

ve většině hospod, kde bylo Únětické pivo na zkoušku, stále na čepu a v některých případech je dokonce pivem základním. Pak je to způsob, jakým se snažíme vést výrobu a návazné aktivity – poctivě, jednoduše a kvalitně. Toho se držíme při výrobě, obsluze zákazníků i při vytváření prostředí pro hosty pivovarské restaurace. Výrobu piva mohou zájemci vidět každý víkend. Není to žádné muzeum nebo fiktivní naučná trasa. V dnešním světě plném složitých technických vymožeností je opravdovost příjemným osvěžením. V současnosti nestačíme uspokojovat poptávku po Únětickém pivu. Vzhledem ke garanci kvality je okruh odběratelů nyní uzavřen a dodávky pro další zákazníky můžeme přislíbit jen v rámci jejich přirozené obměny. ■

Martin Kalivoda

Tradici pivovaru v Úněticích jste obnovili po šedesáti letech. Co vás k tomu vedlo?

Představa vlastního malého pivovaru nás s manželem vždy velmi lákala. Začali jsme pro budoucí pivovar hledat vhodnou nemovitost, a tak jsme se dostali k historické budově pivovaru v Úněticích, která v té době sloužila jako skladový areál. Dá se říci spíš obráceně, že historické souvztažnosti si našli nás. Budoucí pivovar dostal do vínku nemovitost s tradicí, která se datuje od poloviny 16. století. Obnovení zdejší výroby piva je vlastně naplněním našeho základního poslání, tj. vařit kvalitní a tradiční české pivo.

Na jaký počín jste dosud nejvíc pyšní?

To nemohu s určitostí říci. Od roku 2010, kdy jsme začali pivovar upravovat pro instalaci technologie, jsme ušli pořádný kus cesty

1. VOX a.s.
Vzdělávací a poradenská společnost
Senovážné nám. 23, Praha 1

V Z D Ě L Á V Á N Í O T E V Í R Á X M O Ž N O S T Í

VLIV PŘIJETÍ NOVÉHO OBČANSKÉHO ZÁKONÍKU NA STÁVAJÍCÍ PRÁVNÍ VZTAHY

21. 6. 2013
PŘEDNÁŠÍ: JUDr. Jindřich Psutka, Ph.D.
KÓD: 1302940 CENA: 3 013 Kč

ZAMĚSTNANECKÉ BENEFITY Z POHLEDU DANÍ

26. 6. 2013
PŘEDNÁŠÍ: RNDr. Ivan Brychta
KÓD: 1300910 CENA: 2 408 Kč

JEDNO INKASNÍ MÍSTO OD ROKU 2014 A DALŠÍ DAŇOVÉ NOVINKY

27. 6. 2013
PŘEDNÁŠÍ: Ing. Pavel Běhounek
KÓD: 1303390 CENA: 2 988 Kč

ÚČTO A DANĚ – ANEB ŠKOLÍME SE V PŘÍRODĚ – XI. ROČNÍK

22. – 24. 8. 2013 – SÁZAVA
KÓD: 1303430 CENA: 7 248 Kč

DPH OD A DO Z NA PRAKTICKÝCH PŘÍKLADECH

26. – 27. 8. 2013
PŘEDNÁŠÍ: Ing. Zdeňka Hušáková, Ing. Marika Voženílková
KÓD: 1301500 CENA: 5 433 Kč

POZNAČTE SI DO DIÁŘE

DAŇOVÝ PROFESIONÁL® – KOMPLETNĚ

2. 9. – 27. 9. 2013
KÓD: 1303600 CENA: 36 457 Kč

LETNÍ ŠKOLA MARKETINGU

6., 7., 13., a 14. 8. 2013
LEKTOR: Ing. Tomáš Zykán
KÓD: 1321630 CENA: 10 769 Kč

KOMUNIKACE V KONFLIKTNÍCH SITUACÍCH
PROGRAM JE AKREDITOVÁN MV ČR POD ČÍSLEM AK/PV-121/2012

8. 8. 2013
PŘEDNÁŠÍ: Bc. Mgr. Šárka Kociánová
KÓD: 1306250 CENA: 3 190 Kč

TIME MANAGEMENT A ZVLÁDÁNÍ STRESU

19. – 20. 8. 2013
LEKTOR: Stanislava Vávrová
KÓD: 1320340 CENA: 7 248 Kč

Vzdělávací program společnosti 1. VOX a.s. najdete na www.vox.cz.



Různorodé osobnosti zocelí váš tým

Záleží vám na tom, aby váš kolektiv dobře a efektivně fungoval? Zajímavým nástrojem a inspirací pro analýzu týmu může být osobnostní typologie MBTI®, takzvaný Myers-Briggs Type Indicator.

Osobnostní typologie týmu MBTI®, která vychází z práce švýcarského psychiatra Carla Gustava Junga, je prostředkem sebezpoznání a poznání druhých. Popisuje rozdíly mezi lidmi tím, že odpovídá na základní čtyři otázky: Kde získáváme energii? Jak získáváme informace? Jak se rozhodujeme? a Jak si organizujeme život?

Osobnost 16x jinak

MBTI® rozlišuje 16 osobnostních typů, zaznamenaných čtyřpísmenným označením – např. ESFP, INTJ apod. Respektuje přitom jedinečnost každé

osobnosti, nejedná se o škatulkování. Podle typové teorie každý z nás vrozeně preferuje určité psychické funkce. V životě jsme samozřejmě nuceni používat také opačné, nepreferované funkce, jejich užívání nás stojí více sil a musíme je vědomě rozvíjet.

Osobnostní typologie napomáhá k uvědomění si silných stránek a k pojmenování oblastí pro další rozvoj. Bezpečným a srozumitelným způsobem popisuje rozdílnosti mezi lidmi, aniž by vedla k posuzování, hodnocení. Jedná se tedy o tzv. rozvojovou metodu a neměla by sloužit k výběru pracovníků na pracovní pozice. Neměří naše schopnosti, pouze určuje naše vrozené preference.

Dimenze osobnostní typologie

Kde získáváme energii?

Extraverze (**E**xtraversion)
vs. Introverze (**I**ntroversion)

Jak získáváme informace?

Smysly (**S**ensing) – konkrétně
vs. Intuice (**I**ntuition) – abstraktně

Jak se rozhodujeme?

Myšlení (**T**hinking) – logicky
vs. Cítění (**F**eeling) – hodnotově

Jak si organizujeme život?

Rozhodování (**J**udging)
vs. Vnímání (**P**erceiving)



Rozmanité týmy sice dospějí k závěru pomaleji, ale častěji se rozhodou lépe, neboť pokryjí více přístupů.

Jak se osobnostní typy projevují v týmové práci

Členové týmu s preferencí Extraverze (E)

mají rádi akci a různorodost, své myšlenky rozvíjejí diskusí s ostatními, MLUVIT – MYSLET – MLUVIT
učí se nové věci mluvením o nich a jejich vyzkoušením, o vznikajícím konfliktu potřebují hned mluvit.

Členové týmu s preferencí Smysly (S)

zaměřují se na okamžité úkoly, které je třeba řešit právě teď, dodávají realistický a praktický pohled na cíle, situace, úkoly, zaměřují se na sbírání dat a jejich ověřování, jsou to realisté zaměřeni na současnost a minulost.

Členové týmu s preferencí Myšlení (T)

ke svému rozhodování používají logickou analýzu, zaměřují se na principy, kritéria, pravidla, přímost, poskytují kritickou zpětnou vazbu, jsou to analytici, kteří dávají přednost rozhodnutí hlavy před rozhodnutí srdcem.

Členové týmu s preferencí Rozhodování (J)

chtějí plánovat svou práci a držet se svých plánů, mají rádi, když jsou věci stanoveny a ukončovány, energii jim dává struktura, seznamy, harmonogramy, rozhodují se rychle, zaměřují se na časné dokončení projektu.

Členové týmu s preferencí Introverze (I)

mají rádi klid pro koncentraci bez vyrušování z vnějšku, své myšlenky rozvíjí promyšlením, reflexí o samotě, MYSLET – MLUVIT – MYSLET
nové věci se učí čtením o nich, pozorováním a promyšlením, o vznikajícím konfliktu hned nemluví.

Členové týmu s preferencí Intuice (N)

zaměřují se na možnosti řešení budoucích situací, poukazují na souvislosti a možné významy, na „big picture“
rádi řeší nové, komplexní problémy, mají rádi změnu, jsou to vizionáři s pohledem zaměřeným do budoucna.

Členové týmu s preferencí Cítění (F)

důležité jsou pro ně vztahy a atmosféra mezi členy týmu, ke svému rozhodování používají analýzu založenou na vnitřních hodnotách, očekávají harmonii a podporu mezi kolegy, kterou sami do týmu přinášejí, takt má někdy přednost před sdělením pravdy.

Členové týmu s preferencí Vnímání (P)

chtějí flexibilitu ve své práci, jsou rádi spontánní, reagují na věci tak, jak přichází, cítí se omezováni strukturou a harmonogramy, nechávají věci otevřené tak dlouho, jak je to jen možné, zaměřují se na proces.

Na základě poznání svého osobnostního typu jsme schopni lépe porozumět odlišnostem mezi lidmi. Jsme mnohem snáze schopni – a především ochotni – přijímat odlišnosti mezi lidmi jako něco cenného, nikoliv konfliktního. Zvyšujeme tím svou schopnost komunikace a rozvíjení vztahů a snižujeme stresovou zátěž, která často vzniká právě nepochopením odlišností mezi lidmi navzájem – pocitem, že nám druzí něco dělají schválně, že nás nechápou. Mottem této metody je konstruktivní využití rozdílů mezi lidmi. Všechny osobnostní typy jsou stejně dobré, stejně tak jako všechny, písmeny vyjadřované, preference.

Rozvoj týmové spolupráce

Znalost osobnostní typologie na základě MBTI® pomáhá uvědomit si silné stránky členů týmu, vysvětluje přístup různých lidí ke komunikaci, k řešení konfliktů apod. Aplikace těchto znalostí do praxe může přinést větší efektivitu týmu, vyšší úroveň motivace, konstruktivnější řešení zátěžových situací a konfliktů. Je to jedna ze zajímavých metod stmelování týmu (tzv. teambuilding).

Asi vás napadá otázka, jaké zastoupení typů je pro fungování týmu lepší? Je zjištěno, že čím je více

stejných typů v týmu, tím si tým rychleji porozumí (nachází rychle společnou řeč, je na podobné vlně). Ale pozor! S velkou pravděpodobností se budou v týmu s podobnými osobnostními typy opakovat chyby dané nedostatkem jiných úhlů pohledu.

Například pokud většina lidí v týmu má preferenci S (zaměřeni na detaily) a T (zaměřeni na logiku), snadněji jim coby skupině schází jasná vize, strategie a zaměření na firemní hodnoty, mohou také přehlížet dopady rozhodnutí na druhé. Příčinou je chybějící preference N a F.

Týmy s velkou různorodostí typu budou při řešení problémů dosahovat závěrů obvykle pomaleji (a možná i bolestněji), ale s větší pravděpodobností udělají lepší rozhodnutí, neboť pokryjí více přístupů k danému problému. Proto je užitečné, když je zajištěna co největší pestrost typů. Velmi důležité je brát odlišnosti mezi lidmi pozitivně, vzájemně mezi sebou nebojovat, ale naopak táhnout za jeden provaz (a nejlépe jedním směrem). Pro efektivní týmovou práci je tedy užitečné zastoupení všech preferencí (písmen), byť to znamená občas složitější komunikaci.

MBTI® v praxi

Pokud spolu totiž komunikují lidé stejných preferencí, většinou komunikace probíhá dobře. Potíže nastávají, když se preference odlišují. A tak se například extravertům může zdát, že je introverti nevnímají, když hned nereagují na jejich otázky. Naopak introvertům se extraverti mohou zdát nekonzistentní, protože během řeči teprve promýšlejí své názory a často je mění. S-typy mohou lidi N-typu vnímat jako příliš roztěkané, když vymýšlejí souvislosti a odbíhají od tématu. N-typům se mohou S-typy jevit jako nekreativní, když se stále zabývají praktickými aspekty. T-typy mohou F-typy považovat za příliš přecitlivělé, naopak F-typům se T-typy mohou zdát jako příliš tvrdohlavé a neosobní. J-typy mohou na P-typy pohlížet jako na odkládající a méně zodpovědné, naopak P-typům se mohou J-typy zdát jako příliš rigidní a ovládající.

Nezapomínejme, že všichni máme preferovaný způsob pro přijímání informací a rozhodování. Abychom zvýšili pravděpodobnost, že druhá strana „uslyší“, co jí chceme říci, je třeba umět přizpůsobit svůj komunikační styl druhým. Jde o to, naladit se na stejnou vlnu. ■

Anna Crkalová, Academy of Coaching Excellence



Ing. Zdenka Vostrovská, CSc.

je předsedkyní představenstva a ředitelkou Vzdělávací a poradenské společnosti 1. VOX a. s.

Vystudovala VŠE Praha, kde také dlouhodobě přednáší, v současné době na katedře Hospodářské a sociální politiky VŠE Praha. Podnikat začala jako fyzická osoba v roce 1993, kdy založila poradenskou a auditorskou společnost VOX Consult a společnost VOX, nyní 1. VOX a. s., která letos slaví 20. výročí svého působení na českém vzdělávacím trhu.

Je držitelkou titulu Lady PRO, finalistkou soutěže Manažer roku 1999 a 2007, interní auditorkou jakosti. Je členkou celé řady institucí a předsedkyní dozorčí rady Hospodářské komory hl. města Prahy.

Přísloví napoví

Zdenku Vostrovskou, předsedkyni představenstva 1. VOX a. s., odmalička okouzlovala česká přísloví – jejich úspornost a lapidární dokonalost, se kterou je jen několik slov uspořádáno do nepřehlédnutelného záblesku pravdy. Své dvacetileté působení na českém vzdělávacím trhu proto vyjádřila následovně:

Jaký hospodář, takový koně

Mám ráda pedagogy-experimentátory, kteří už dávno přišli na to, že není ani tak důležité vědět a znát úplně vše, jako především znát a umět uplatnit to důležité. V tom se se svými kolegy a kolegyněmi vždy shodnu. Ostatně už Komenský věděl, že je třeba zabývat se základy, příčinami a cíli všeho významného a že cílem výuky rozhodně není futrovat hlavu hodnotovými vědomostmi, ale především otevírat rozum.

Chybami se člověk učí

Německý pedagog Adolf Diesterweg už před sto padesáti lety řekl, že každá škola má právě takovou cenu, jakou má její učitel. Jinými slovy, vnitřně nekompatibilní tým, ať již ve škole, firmě, či kdekoli jinde, brzy připomíná galériu bez vesel a bez kompasu a ani ta největší zarputilost kormidelníkovy nic nezmuže. Vyhýbám se prázdným galériám a netančím na palubách, na které kormidelník nedohlédne.

Kdo nezaseje, nesklidí

Vybírat lidi, zejména pak kantory a lektory, je třeba s pečlivostí botanika, který pořádá svůj libosad, píše český pedagog F. J. Kinský. Kochám se tou nádhernou představou a z pohledu své dlouholeté praxe vysokoškolské pedagožky mohu vidět každou vzdělávací instituci jako rozkvetlý ráj pedagogických talentů. Nesmí se ale ukázat, že namísto růžím a ambróziím se v takové zahradě vzdelanosti daří spíše pýru a dutohlávkám.

Když se chce, všechno jde

Máme-li si udržet svou pozici na evropském trhu práce, musíme investovat do celoživotního vzdělávání v nejrůznějších formách. Levná pracovní síla není v dlouhodobé perspektivě žádnou zvláštní výhodou. Investice do vzdělání a vzdělávání zprostředkovaného zavedenými agenturami jsou nanejvýš žádoucí a důležité. Úspěšné vzdělávací agentury nevznikají zpravidla ad hoc, jejich geneze bývá složitá a cesta k úspěchu dlouhá. Výsledek ovšem stojí za to.

Raději rozumem nežli sochorem

V knize Roberta Kiosakiho věnované byznysu, managementu a marketingu jsem našla zajímavou myšlenku – přirozený proces učení, vzdělávání a růstu nemusí být hned přímým letem vzhůru. Zpočátku lze i klesat, to než pochopíme aerodynamiku a nabereme správný vítr. Hlavně se nebát výšek.



Pomoz si sám a Bůh ti pomůže

Možná právě teď je ta chvíle, kdy je třeba začít s problémy bojovat jako se saní, kdy je třeba být lepší, předvídavější a kreativnější než ti druzí, zkrátka více a lépe vědět. Tvrdí se sice, že drak byl poměrně tupé zvíře bez akreditace, ale tak úplně tomu nevěřte – vždyť „víc hlav, víc rozumu“ stále platí. Nevzdělaný Honza by byl i v pohádce předem ztracen. Vzdělání otevírá x možností, nevzdělanost je bere.

Plést si na sebe bič

Dosavadní výsledky 1. VOX jsou konkrétní. Jsou to jasná a neprůstřelná fakta; je to esence mnoha let trpělivé vzdělávací práce. Nikdy jsem nepochybovala, že mohu věřit všemu, co v 1. VOX děláme. Před problémy kapitulují jen ti, kteří v sobě mají asi tolik jiskry jako navhlá zapalovací svíčka. Vědět a nic nevědět je sice velmi filozofické, ale vlastně zcela bezcenné.

Kdo hledá, najde

Pohybují se v oblasti vzdělávání dospělých natolik dlouho, abych bezpečně věděla, že na pedagogickou práci je třeba se zodpovědně připravit. Nebráním se žádné inovaci. Nechci držet staré,

již vydobyté pozice – chci stále hledat nové cíle a cesty. Tisíce hodin v učebnách, aulách a seminárních pracovnách mi dávno potvrdily, že základní podmínkou pro pochopení druhých je porozumět sama sobě.

Jak ty mně, tak já tobě

Podnikatelská etika se jako věda ustavila až v 70. letech 20. století. Na rozdíl od lékařské etiky není výsadou ryzích profesionálů, ale přímou součástí fungování mezilidských vztahů na určité úrovni. Etické jednání bývá syntézou intelektu, zkušeností, nácviku i společenské praxe. I zde lze ovšem při kroku, či dokonce pádu vedle zůstat v celibátu.

Proti gustu žádný dišputát

Na trhu práce stěží obstojí člověk, který nejeví zájem o své další vzdělávání. Totéž ostatně platí o jeho potenciálních zaměstnavatelích. Příslušné rozvojové programy definují vzdělávací potřeby nejen v profesní, ale často také v osobnostní oblasti. Nutnosti dalšího vzdělávání pracovníků nahraňuje i neuspokojivá úroveň vzdělání v populaci, zejména ve srovnání se světem. ■

HKP

PRAŽSKÉ SLUŽBY NEPŘEKONATELNÝ SERVIS

- komplexní řešení odpadového hospodářství
- zimní a letní údržba komunikací
- stavební údržba komunikací, dopravní značení
- výroba tepelné energie



PRAŽSKÉ SLUŽBY, a.s.

A Pod Šancemi 444/1
180 77 Praha 9

T +420 284 091 111

F +420 284 091 505

E info@psas.cz

W www.psas.cz



BEST REISEN

léto 2013

20 let
zkušeností



Tunisko

Djerba

Egypt

Turecko

Cestovní kancelář Best Reisen, Anglická 26, Praha 2

Call centrum: 224 828 899

www.bestreisen.cz

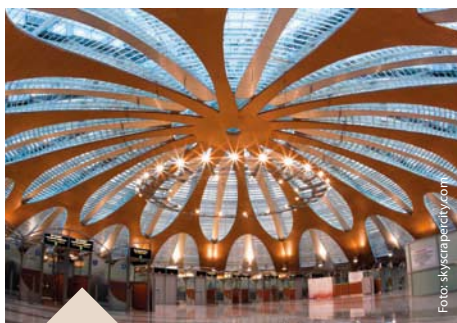


2006

v tomto roce Aeroflot
vstoupil do **Alliance
Sky Team.**



V roce 2012 Aeroflot přepravil 17,7 milionu pasažérů. Díky svému špičkovému servisu aerolinky loni získaly ocenění Readers' Choice Condé Nast Traveller Award.



Z nového Terminálu D letiště Šeremetěvo se Aeroexpressem v pravidelných půlhodinových intervalech dostanete do města za pětáct minut.

7 důvodů, proč létat s Aeroflotem

- moderní letadlová flotila včetně Boeingů 777
- výborně nastavený Bonus program pro věrné klienty
- při letech na Dálný východ je cesta přes Moskvu o několik hodin kratší
- velmi konkurenceschopné ceny
- kvalitní on-board servis a check-in
- lety z Moskvy do Prahy a zpět 4x denně, do a z Karlových Varů 2x týdně
- stabilní společnost se skvělými finančními výsledky

Více na **www.aeroflot.com**



Za obchodem na Východ

Rusko a země jihovýchodní Asie jsou pro budoucnost českého byznysu takřka povinnými destinacemi. Nezmeškat schůzku s obchodním partnerem je pro úspěch vašeho jednání jedním ze stěžejních předpokladů. Dámy a pánové, vítejte na palubě společnosti Aeroflot Russian Airlines.

Moskva jako cíl, nebo jako přestupní stanice pro cesty do dalších dálnovýchodních států? Ať tak, či onak – koupíte-li si letenky od ruského národního dopravce, uspoříte spoustu času. A nejen ten, Aeroflot totiž nabízí i velmi zajímavé ceny. K tomu přičtete komfort ultramoderních letounů, prvotřídní palubní servis i check-in a spoustu dalších služeb, jako jsou letištní VIP salony, taxi služba, pronájem auta nebo objednávka hotelového pokoje.

V Pekingu za 12 hodin

Na letišti Moskva Šeremetěvo přistanete za dvě hodiny a dvacet minut. Jestliže zde ale vaše cesta nekončí, budete opět mile překvapeni – v Hanoji budete s Aeroflotem přibližně za 14 a půl hodiny, zatímco na cestě s ostatními přepravci strávíte v průměru o tři hodiny více. Kratší cesta vás čeká také v případě, že je vaším cílem Peking. Atmosféru milionové čínské metropole okusíte už po dvanácti hodinách letu.

Studie uveřejněná v prestižním oborovém magazínu Airline Business Journal loni Aeroflot pasovala mezi pět nejlepších evropských leteckých společností. Hlavním kritériem výběru do TOP 5 byl objem jeho přepravní kapacity, která prošla téměř dvacetiprocentním nárůstem. Aeroflot rovněž úspěšně absolvoval mezinárodní audit bezpečnostních norem podle IATA-IOSA a od roku 2006 se stal členem Alliance Sky Team, která sdružuje

významné globální letecké společnosti. Podle loňského výzkumu kvality palubního servisu a odbavovacího procesu na letištích, který pořádala společnost InSites Consulting, se mezi jednotlivými devatenácti společnostmi Alliance SkyTeam Aeroflot umístil nejlépe.

Spoléhejte na úspěšné

Flotila Aeroflotu patří mezi nejmodernější a nejmladší na světě, průměrné stáří letadel je 5 let. Novým přírůstkem je dálkový širokotrupý letoun Boeing 777-300 ER s více než 400 místy k sezení, což umožňuje rozčlenit palubní servis do tří přepravních tříd – Business, Comfort (zahrnuje oddělenou kabinu s komfortními sedadly, dva kusy zavazadel, přednostní odbavení) a Economy. Pasažéři oceňují nejen krátké doletové časy, za které se s Aeroflotem dostanou do celkem dvaadvaceti destinací v Rusku a na Dálném východě, aerolinky získaly uznání také za design svých uniforem, v anketě kvality palubních menu na dálkových linkách se podle portálu Skyscanner ocitly na druhém místě.

Také z hlediska finančních výsledků si dopravce vede velmi dobře. Podle ratingu mezinárodního odborného časopisu Airline Business Journal je Aeroflot Group třetím dopravcem v Evropě v žebříčku čistého zisku a mezi TOP 10 evropskými dopravci z hlediska výnosů. ■

Aeroflot

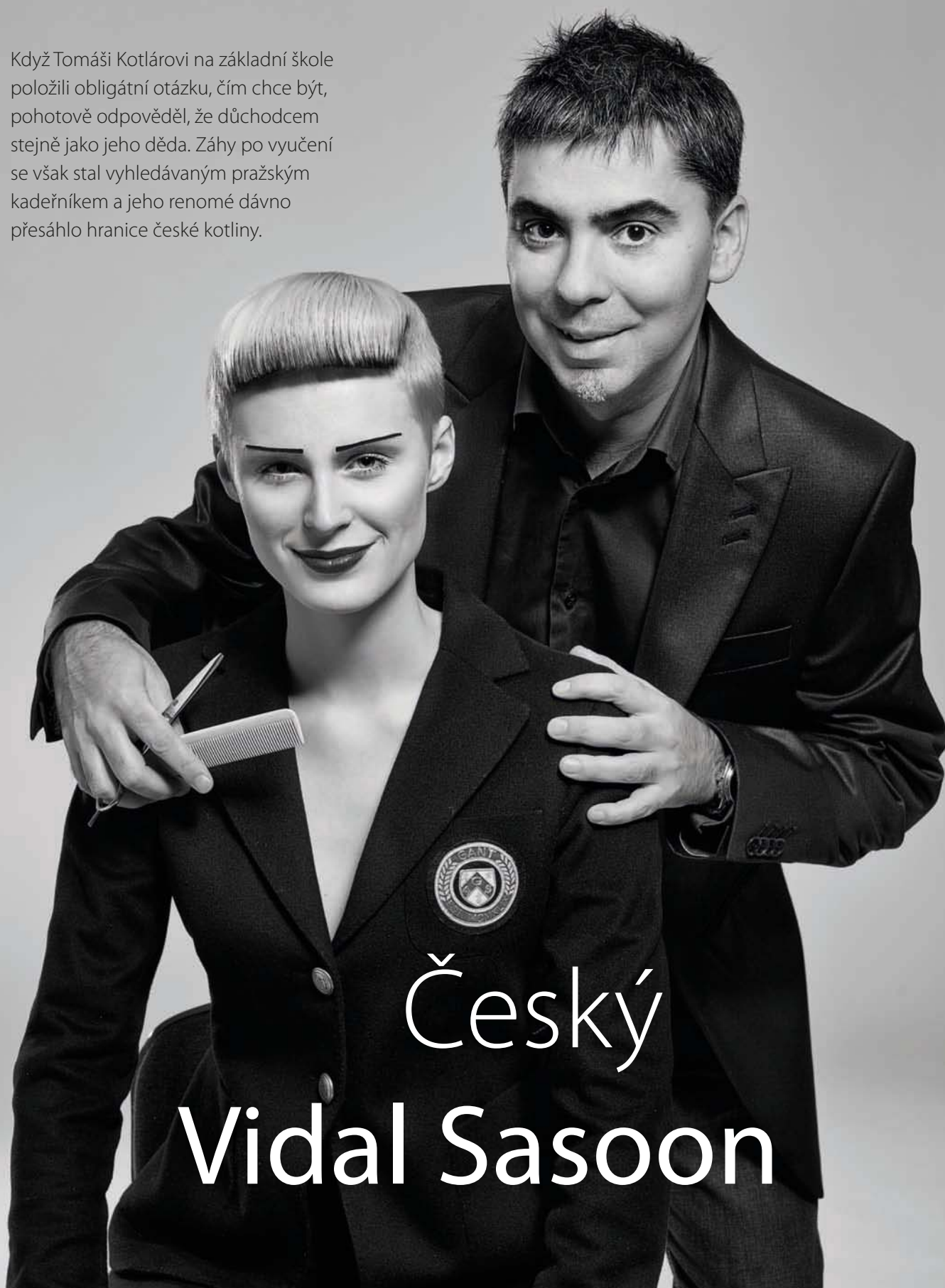
1991

Tomáš Kotlár společně s kamarádem Davidem Zelinkou **otevřít kadeřnický Ateliér Picasso.**

1993

české publikum **poprvé zažívá** atmosféru profesionální kadeřnické přehlídky **Picasso Hair Show.**

Když Tomáši Kotlárovi na základní škole položili obligátní otázku, čím chce být, pohotově odpověděl, že důchodcem stejně jako jeho děda. Záhy po vyučení se však stal vyhledávaným pražským kadeřníkem a jeho renomé dávno přesáhlo hranice české kotliny.



Český
Vidal Sassoon

2002

povodeň ničí obě kadeřnictví

na Starém Městě. Už za půl roku začíná Kotlár znovu v Tyršově domě.

2007

vzniká vlastní franšizingová síť Hair

Atelier Kotlár. První salon pod touto značkou zákazníci nalézají v Lidické ulici na Smíchově.

Bez nadsázky se dá říct, že Tomáš Kotlár povýšil kadeřnické řemeslo na výjimečné a kreativní povolání. Během dvaadvaceti-leté kariéry ve svém školicím středisku Kotlár Hair Academy předal know-how více než stovce následovníků. Jeho kadeřnický ateliér na Malé Straně vyhledávají celebrity i běžní zákazníci a všichni odcházejí s uspokojením z profesionálně odvedené práce a často i s vyšším sebevědomím.

Na stupních vítězů

„Přihlášku na kadeřnické učiliště mi vlastně podala máma, která vždy toužila stát se kadeřnicí. Přestože za komunistů nebylo toto řemeslo mezi muži zrovna vyhledávaným oborem a existovaly přísné kvóty na počet mužů v ročníku, do školy mě přijali. Mezi šesti sty kadeřnicemi jsme byli jen dva kadeřníci,” líčí Tomáš Kotlár okamžik, kdy se poprvé postavil ke kadeřnickému křeslu a vzal do rukou nůžky.

Studium ho nejprve vůbec nebavilo, zvrat přišel až ve třetím ročníku, kdy ho mistrová svým stylem výuky přiměla k tomu, aby si získal k budoucí profesi vztah. *„Tehdy se mi začalo dařit. Zákaznice, které chodily do našeho učňovského kadeřnictví, mě chválily, a protože byly spokojené, strkaly mi do kapsy pětikoruny.”* Brzy přišla první učňovská soutěž, kterou Tomáš vyhrál, zvítězil také v klání určeném výhradně profesionálním kadeřníkům.

Díky svému nadšení, talentu a aktivitě na rozličných soutěžích byl vybrán do Studia mladé módy v Jugoslávské ulici, které provozovalo Kadeřnictví hlavního města Prahy a kde se potkávala tehdejší kadeřnická elita. Podnik organizoval tuzemské soutěže a přehlídky, ale i zájezdy do zahraničí. Všechny těchto akcí se mladý kadeřník účastnil. Cestoval, přijímal pozvání na různá zahraniční školení. *„Svou profesi jsem se naučil mít moc rád. Určitou roli v tomto posunu sehrál i pan Valášek, který pracoval pro Kadeřnictví hlavního města Prahy a který měl mistrovské zkoušky ještě z první republiky. Byl to on, kdo mi vyprávěl, co všechno se dá v našem oboru zažít. Hodně cestoval a díky svému umění se dokázal uživit kdekoliv, kde v tu chvíli zakotvil.”* Světoběžnictví si Tomáš Kotlár vyzkoušel na vlastní kůži. Stříhal turisty i domorodce v Thajsku, ve Vietnamu nebo na Kubě. Ověřil si, že šikovný kadeřník se skutečně užívá na kterémkoli místě planety.

Hlavně vybočit z řady!

Ještě před revolucí měl Tomáš možnost okusit shon v zákulisí Mezinárodního festivalu účesů v Paláci Lucerna. Viděl, co všechno předchází tomu, než modelka vstoupí na pódium, a jaký ohlas mají špičkové účesy u publika. *„To vás zkrátka nakopne a chcete taky něco dokázat. Vystoupit na molo a předvést své umění...”*

V roce 1990 Tomáš otevřel vůbec první soukromý kadeřnický salon v Praze. Rok nato společně s kamarádem Davidem Zelinkou založili Atelier Picasso, do týmu přizvali šest nadaných kadeřnic a následujících deset let budovali firmu společně. Příjmení Pabla Picassa nevybrali podnikatelé náhodou. Tradiční kadeřnické služby nahradily malířské stojany, zrcadlo byla vsazena do obrazových rámců a celý salon zdobily originály děl známých českých umělců.

„Byl to opravdový ateliér a zároveň nejhezčí roky, jaké jsem v podnikání zažil. Úspěch přišel takřka samovolně. Cokoli jsme udělali jinak než ostatní, bylo přijímáno s obrovským nadšením.” Všechna křesla v salonu byla minimálně měsíc dopředu plně obsazena, přijížděli zákazníci z celé republiky a všichni zúčastnění si užívali atmosféru nepřetržitého úspěchu.

V čem spočívala revolučnost Ateliéru Picasso? *„Dělali jsme věci, které nikdo jiný nedělal. Jako první jsme začali česat soutěže Miss a jako jediní jsme za to dostali od pana Zapletala zaplacenou. Založili jsme tradici vlastní kadeřnické show, letos budu připravovat už 19. ročník,”* odpovídá Kotlár s tím, že nikdy nepočítal čas, který věnoval práci. *„Když bylo třeba, pracoval jsem od brzkého rána a ze salonu odcházel jako poslední. Je mi jedno, jestli pracuji pět nebo dvacet hodin denně. Má profese není ale jen o tom, jak dobře umím stříhat, ale také o tom, jak schopný jsem podnikatel a manažer.”*

Největší ránu profesnímu růstu Tomáše Kotlára zasadila povodeň v roce 2002, která zničila dva jeho tehdejší salony v hotelu InterContinental a na Petřském náměstí. Bylo nevyhnutelné odrazit se ode dna a začít znovu. *„Díky zkušenostem jsem se během dvou let dostal tam, kde jsem v roce 2002 skončil. Není v mé povaze se vzdávat.”*

Vlastní franšíza

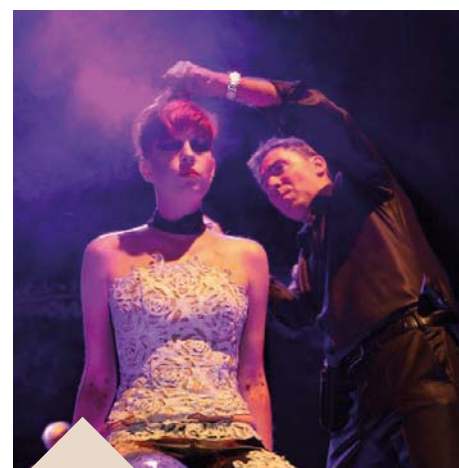
Kadeřnictví v Tyršově domě na Malé Straně je v současnosti jedinou Kotlárovou provozovnou. Důvod je prostý – jedině tak může svým zákazníkům garantovat profesionální přístup a kvalitní servis. *„Těm, kdo mají zájem o mé zkušenosti, nabízím možnost koupit franšizingovou licenci Hair Atelier Kotlár. Je pravda, že krize otevírání nových franšizových salonů trochu zbrzdila, věřím ale, že se situace obrátí k lepšímu.”*

Právě teď podnikatel finišuje rebranding vlastního salonu. Bude se jmenovat Kadeřnický ateliér Tomáše Kotlára. Nová značka však nic nezmění na skutečnosti, že jeho majitel chce jít dál svou cestou a udržet si pověst kadeřnického esa, jež v této zemi nastavuje módní trendy. Tak, jak to kdysi v Británii dělal Vidal Sassoon... ■

Kateřina Bártová



Pro letošní sezonu vytvořil Tomáš Kotlár kolekci hladkých dámských, ale i pánských střihů. Díky svému umění se v roce 1992 stal prvním českým ambasadorem značky L'Oréal, později hlavním školitelem trendových střihů pro MATRIX a uměleckým ředitelem značky Revlon Professional pro Českou republiku a Slovensko.



Na tradici někdejšího Mezinárodního festivalu účesů navázal kadeřník hned v roce 1993, kdy spolu se svým kolegou Davidem Zelinkou zorganizoval první ročník Picasso Hair Show. Na přehlídce v pražském hotelu Hilton se každoročně představují špičky svého oboru.



Tropy u vás doma

Atmosféru prosluněných tropických pláží si snadno navodíte i na vaší terase. S křeslem Tropicalia od specialistů na sedací nábytek, rodinné firmy Moroso, to bude hračka. Tropy a extravagance přece jdou dohromady, co myslíte?

www.konsepti.com, cena k doptání

Rozmarné léto



Aby to salátu slušelo

Výlučný kulinářský koncert předvedete tím, když sladíte chutě, vůně a koneckonců i barvy a tvary. Stylový salátový set povýší jakoukoli zeleninu na VIP pochoutku. Aby byl vizuální zážitek doveden k dokonalosti, doporučujeme dochucovadla podávat v půvabných karafách. To vše od značky Eva Solo.

www.mhome.cz,
cena za set 1 039 Kč,
karafa 1 013 Kč



Foto: archiv jednotlivých výrobců
Text: Kateřina Bártová





Lenošení po latinskoamericku

Léto, jak má být, zažijete uvelebení v houpací síti La Siesta. Je jen na vás, zda dáte přednost pestrobarevnému kolumbijskému desénu, houpačce prodchnuté brazilským temperamen-tem nebo lehké síťovině vyrobené na mexickém poloostrově Yukatán. Vyznáváte-li klasiku, potom si jistě vyberete z komfortní severoamerické řady.

www.korunka.cz, cena od 1 340 Kč

Sólo pro gril

Cestu kolem gurmánského světa prožijete s grilem Globe, jehož ladné křivky a stoprocentní funkčnost pocházejí z dílny dánských designérů Eva Solo. Ať již na roštu tohoto fešáka připravíte steak, burgery nebo klobásky, užijí si nejen vaše chuťové pohárky. Šéfkuchařem na vaší zahradní párty se bude chtít stát zkrátka každý.

www.kulina.cz,
cena 10 374 Kč



Pohodlí pro lahvinku

Nepohrdnete-li dobrým vínem a rádi byste klenotům ze své vinotéky dopřáli náležitou péči, pak by vaší pozornosti neměl uniknout obal na víno ZEBag. Jeho variabilitu oceníte při pikniku i na cestách. Skvěle se bude vyjímat i za letních bouřek ve vašem obýváku.

www.bonami.cz, cena od 819 Kč



600 Kč

zaplatíte za uvedené
tříchodové menu

Oběd ve vinici Pražského hradu

Jako na Manetově plátně si budete připadat, pozvete-li svého obchodního partnera do elegantní restaurace Piano Nobile klasicistní Richterovy vily. Nebudete ovšem snídat v trávě, ale obědovat v samotném srdci Svatováclavské vinice, na dosah od Pražského hradu. Váš gastronomický zážitek umocní dechberoucí výhledy na Prahu přes keře vinné révy, které jsou v průběhu dne pokaždé jiné, ale vždy úchvatné.

Restaurace v prvním patře Richterovy vily čerpá inspiraci z nejlepších gastronomických tradic okolních zemí bývalé habsburské monarchie. Z těch tradic, ze kterých se utvářela i pražská gastronomická scéna v posledních stoletích. V prostředí biedermeierovských noblesy restauračních salonů mohou hosté ochutnat klenoty rakouské, uherské, slovinské, tyrolské, chorvatské a židovské kuchyně v šéfkuchařově moderní úpravě. Za zmínku jistě stojí i široká nabídka vín z tamního sklepa, zasazeného do skalního masivu podloží vily. ■

Kateřina Bártová

Executive Chef **Václav Kloc** doporučuje

Pečlivý výběr vysoce kvalitních surovin od lokálních dodavatelů a zkušenost celého týmu jsou zárukou noblesní gastronomie restaurace Piano Nobile. Pro nadcházející období bychom vám doporučili lehké sezonní tříchodové menu – klasické, za studena podávané zeleninové gazpacho, na másle pečený filet z tresky Skrei s lanýžovým pórkem a květákovým purée a na závěr sorbet z čerstvého lesního ovoce s oříškovou oplatkou. Toto menu skvěle doplní sklenka svěžího cuvée Asparagus z Nového Vinařství.



Villa Richter

Staré zámekové schody 6/251, Praha 1, Pražský hrad
Otevřeno denně 11:00-23:00

Tel.: (+420) 257 219 079

E-mail: info@villarichter.cz

www.villarichter.cz



S NÁMI ŠETŘÍTE ČAS I PENÍZE



NEJRYCHLEJŠÍ PŘISTAVENÍ A ODVOZ

Jako největší taxislužba s flotilou okolo 1200 vozů a možnosti jízdy ve vyhrazených pruzích, jsme schopni nabídnout nejrychleji služby taxi.



RYCHLÉ OBJEDNÁNÍ DO 5 VTEŘIN

Díky mobilní aplikaci pro systémy Android a Apple iOS jsou naši zákazníci schopni komfortně objednat taxi vůz téměř ihned.



RYCHLÁ A KOMFORTNÍ PLATBA

Podporujeme moderní a rychlé platby přes MOBITO a samozřejmě platební karty.



BUSINESS TŘÍDA

Na požádání poskytujeme business třídu, nové vozy kategorie Škoda Superb nebo Mercedes-Benz E.



INTERNET V KAŽDÉM VOZE

Bezplatný WIFI hotspot v každém voze, stačí se zeptat řidiče na přístupové údaje



DLOUHODOBĚ NEJLEVNĚJŠÍ V PRAZE

Nabízíme ceny podle druhu objednávky od 14,90 do 26,90 Kč/km při objednání přes dispečink na telefonním čísle 14014.



WWW.AAATAXI.CZ





Potkáváte ji každý den.
A přesto je jedinečná.
Nová ŠKODA Octavia



Kombinovaná spotřeba a emise CO₂ modelu Octavia: 3,8–6,1 l/100 km, 99–141 g/km



Nová ŠKODA Octavia s paketem SAFETY exkluzivně jen v Porsche Praha-Smíchov.

Využijte jedinečné exkluzivní nabídky autosalonu ŠKODA Porsche Praha-Smíchov a vsaďte na bezpečí. Nová ŠKODA Octavia s paketem SAFETY Vám dává náskok. Kompletní informace na www.porsche-smichov.cz.

ŠKODA Finance od ŠkoFINu

Váš autorizovaný prodejce vozů ŠKODA:

Porsche Praha-Smíchov

Vrchlického 31, 150 00 Praha 5

Telefon: 257 107 257

skoda.smichov@porsche.cz

www.porsche-smichov.cz

PORSCHE
PRAHA-SMÍCHOV