

Ekonomická poradna Deníku

JAK TO VIDÍ JIŘÍ JEMELKA

Home office trendu
se časem neubráníme



V Nizozemí budou mít někteří zaměstnanci právní nárok na práci z domova. V Česku poptávka po flexibilní pracovní době a možnostech takzvaného home office sílí. Není divu. Úroveň technologického vybavení řady domácností se tomu kancelářskému směle vyrovná a některé práce tak lze dělat z pohodlí domova, aniž by utrpěl výkon a efektivita. Nenechme se ale okouzlit výhodami práce z domova. Tak jako všechny ostatní vymoženosti moderní doby i ona má své výhody i nevýhody, které bychom měli zohlednit.

Životní trend v západní civilizaci směřuje k tomu, že stále větší procento lidí bude chtít větší rovnováhu mezi prací a osobním volnem. Toto v nejvyšší míře může naplnit právě pouze home office. Žel člověk je od přirozenosti tvor inklinující k pohodlnosti a co si budeme nalhávat, určitá míra lenosti a „moderní“ prokrastinace je vlastní víceméně každému z nás. V tomto duchu je na místě otázka, nakolik jsme jako jednotlivci zralí převzít při home officu úplnou zodpovědnost za pracovní disciplínu a výkon, aniž by nad námi musel někdo bdít. Staré známé pravidlo, že svoboda se musí snoubit se zodpovědností, platí i zde.

Naprostou volnost svým zaměstnancům ve výběru místa, odkud budou pracovat, dává dle průzkumů zatím ani ne deset procent českých firem. Jedná se přitom spíše o ty velké společnosti. Z okruhu menších a středních podniků je takovýchto firem opravdu jen hrstka. Faktem také zůstává, že v dané chvíli má více než 70 procent zaměstnanců takovou práci, kterou z domova zkrátka provádět nemohou. Osobně ze zkušenosti proto nemohu v dané chvíli home office vysloveně doporučit. Home office si dle mého názoru může dovolit skvěle pracující, zodpovědný a samostatný zaměstnanec a perfektně fungující firma. A takovýchto případů je v praxi zatím velmi málo, jak zaměstnanců, tak zaměstnavatelů.

Autor je majitelem společnosti J.I.P. pro firmy, s. r. o., poskytující revitalizace a restrukturalizace zejména podnikům s českým kapitálem

Kouzelník pomáhá Kuřeti



Neroluzná dvojice. Jiří Hadaš a Pigy. Foto: archiv J. Hadaše

Střední Morava – Jiří Hadaš a jeho autorský projekt Kouzelný karneval se po šesté stali oficiálními spojenci pro Kuře. Společně s Prasátkem Pigym navázali letos na dlouhodobou spolupráci s Nadací rozvoje občanské společnosti (NROS) v rámci sbírkového projektu Pomozte dětem!

Při kouzelně karnevalovém turné, které nese název Cirkus... bude!, uspořádají ve vybraných městech a obcích veřejnou sbírku osmnáctého ročníku sbírkového projektu Pomozte dětem, kterou organizuje NROS za podpory České televize. Během pětileté spolupráce se na konto nadace podařilo přispět částkou přesahující osmdesát sedm tisíc korun.

Na šňůru třiceti šesti městy vezme s sebou Kouzelný karneval zapečetěnou pokladničku a společně s dětmi a jejich rodiči se budou snažit vyčarovat kouzelnou finanční částku, která pomůže dalším kamarádům. Na zapečetěnou pokladničku dohlíží originální bodyguard – Prasátko Pigy. Kouzelný karneval pro rok 2016 připravil se svým týmem nový animační pořad, tentokrát s cirkusovou tematikou. Během stovacetiminutové show pod vedením kouzelného principála Jirky Hadaše si děti užijí plno tanečků a písniček, zasoutěží si v žonglérských dovednostech, vyzkoušejí si drezuru cvičených lvů a nebudou chybět ani práva klaunská legráčka. Jiří Hadaš si pro tuto příležitost připravil novou Školu kouzel. Dětem pomohou animátorky Jája a Pája, které malé kamarády naučí i nové tanečky. Děti se mohou těšit na novou scénu, kulisy a originální soutěže.

Pomozte dětem je sbírka, kterou společně organizují od roku 1998 Česká televize a Nadace rozvoje občanské společnosti. Hlavním cílem je přímá a účinná pomoc ohroženým a znevýhodněným dětem v celé České republice. (fil)

Jen dva milimetry, to je málo

Vývoj zimních pneumatik je výzva, jak posunout bezpečnost na silnicích zase o kousek dál



ZÁBAVA I VĚDA. Continental představil v rakouském Schladmingu nový model zimní pneumatiky, který bude dostupný na podzim. Novináři z celé Evropy si na zasněžených alpských cestách mohli vyzkoušet i to, jak se zlepšil brzdový výkon. A experti z Continentalu jim také ukázali, jak složitá je cesta vývoje nové pneumatiky. Vše si vyzkoušel i redaktor Deníku Ondřej Dluhý (na snímku dole vpravo). Snímky: archiv Continentalu

ONDŘEJ DLUHÝ

Schladming – Všude samá elektronika. „To není ono. Samé řídicí systémy, dejte mi do ruky to starší auto,“ vyzývá organizátory kolega Dalibor z odborného motoristického magazínu. Měníme krásný nový vůz za patnáct let starý a tady už během jízdy nastává nefalšovaná dětská radost. „V zatáčkách je úplně jiné, cítíš to?“ vyzývá se mě hned poté, co vystoupíme z auta. Je únor, stojíme na zasněžených tratích v rakouském Schladmingu a právě testujeme novou zimní pneumatiku.

Do proslulého lyžařského střediska, které každoročně hostí noční slalom Světového poháru mužů a 45 tisíc nadšených fanoušků, pozval Continental, jeden z nejvýznamnějších světových výrobců pneu-

matik, novináře z celé Evropy. Chce jim představit svou aktuální chloubu – Continental WinterContact TS 860. Novinka si klade za cíl překonat předchozí model TS 850, který posbíral desítky cen a vítězství v testech odborných evropských médií. Pro firmu, kam patří i otrokovický Continental Barum, který je největším zaměstnavatelem v kraji a ročně vyprodukuje 22 milionů pláštíků, znamená tento model nejspěšnější zimní pneumatiku všech dob.

Dalibora i ostatní kolegy baví více testování, mě o den dříve na tiskové konferenci fascinovalo, jaký je vývoj nových gum věda. Experti nás postupně seznamují s tím, jak pneumatika vzniká (z více než patnácti látek). Jaký vliv má tvar drážek na přilnavost a kvalitu jízdy (tady nás nej-

více baví zubařská pasta, kterou můžeme vstříknout do drážky a po zaschnutí vidíme, jaký má dezén tvar a kudy voda z pneumatiky odtéká). Jaká je nevhodnost na evropských silnicích. A proč se Continental snaží prosadit, aby minimální hloubka dezénu na zimních pneumatikách byla po celém světě alespoň 4 milimetry. Trochu mi z těch čísel jde hlava kolem, ale všechno pochopím právě další den. Organizátoři pro nás nachystali jednoduchý test. Máme k dispozici tři naprosto identická auta, jen se liší hloubkou dezénu. Postupně vyzkoušíme vozy s hloubkou gum 2, 4 a 8 milimetrů (právě tolik má nová pneumatika TS 860). Úkolem je rozjet se co nejrychleji z nuly na třicet a dupnout na brzdou. Výsledek? Rozdíl 6 milimetrů na pneumatice

dělá na silnici v brzdě dráze více než deset metrů. Sedíte v naprosto stejném autě, jen má jiné gumy. Hned mě zarazilo, o jak velkou vzdálenost jde. Ostatní jsou na tom stejně, probíráme to pak celou dobu při cestě na jiné stanoviště. Lepší je zjistit na testování, že pneumatiky při zajištění bezpečí rozhodně nehraní druhé housle, než v ostrém provozu. Kolegům to nedá a odborníkům z Continentalu se ptají na kvalitu a zkušenosti se značkou pneumatik, které mají na svých soukromých autech.

Den na alpských silnicích zakončujeme závodem v buginách a plní dojmy debatujeme. Cestou zpátky přemýšlím nad tím, jak předpisově se chovají rakouští řidiči. A že by se snad tyhle nové gumy měli u nás kvůli bezpečnosti rovnou povinně fasovat.

Centrum kreativních průmyslů se otevřelo talentovaným

LEOŠ FILIPI

Střední Morava – První březnový den byl premiérový pro Centrum kreativních průmyslů, které vzniklo pod Fakultou multimediálních komunikací Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně. Provoz kreativního centra odstartovalo slavnostní zahájení, na kterém byla představena hlavní myšlenka centra, ale i podmínky přijetí.

(UP) Zlín, jak je centrum nazvané, je podnikatelským inkubátorem a akcelérátorem, který si klade za cíl pomoci mladým talentovaným lidem se startem jejich vlastního kreativního byznysu. Kromě pronájmu prostor nabízí centrum koučování a mentoring v oblasti podnikání, networking, odborné vzdělávací kur-

zy či publicitu. Přihlášku může podat student, který končí ročník bakalářského studia či absolvent, který chce rozvíjet projekt z oblasti kreativních průmyslů.

Zájemci si mohou vybrat dvě formy užívání centra. První je pronájem samostatného ateliéru, který je určen jednotlivcům, dvoučlenným a tříčlenným týmům. Měsíční poplatek činí tři tisíce korun. Druhou formou je navštěvování co-workingového prostoru v denním či měsíčním režimu. V centru je také odpočinková zóna, zasedací místnost určená pro workshopy či schůzky a také kuchyň, sprcha a sociální zařízení. Každý týden zde budou probíhat teambuildingové akce v podobě společné snídaně všech členů centra.



OTEVŘENÍ. Centrum fungující pod fakultou multimediálních komunikací zahájilo provoz. Foto: archiv FMK UTB Zlín

„Jsem nadšená, že jsme po dlouhých a náročných přípravách centrum otevřeli. Město Zlín se přidalo k Praze, Ostravě či Ústí nad Labem, kde podobné projekty podporují kreativních průmyslů už fungují. Těším se, až budeme sledovat růst a vývoj zajímavých projektů a talentovaných lidí,“ uvedla Jana Janíková, děkanka Fakulty multimediálních komunikací a iniciátorka vzniku Centra kreativních průmyslů. Hlavní manažery projektu jsou studenti doktorského studijního programu Lucia Plevová, Veronika Zelezníková a Michal Jakubec.

Centrum kreativních průmyslů sídlí v budově s označením U11. Lidé tu najdou také univerzitní Vědeckotechnický park.