

FRANTIŠEK KOUTSKÝ, 28 LET, MARKETINGOVÝ SPECIALISTA

Propaguje nové drogistické zboží a cestuje po Evropě

Na mezinárodní prostředí je zvyklý už ze školy. A tak mu cestování za prací po Evropě a pestrý kolektiv nedělají žádné problémy. František Koutský vystudoval British International School of Prague, pokračoval na Anglo-American College a pro magisterský titul odjel do Velké Británie na University of Bradford School of Management. „Angličtina se stala mojí druhou mateřštinou. A tak, když jsem se v roce 2009 vrátil ze studií, rovnou jsem se ucházel o místo sice v Praze, ale do marketingového oddělení budapeštské centrály Unileveru, kde byla samozřejmě angličtina nutná. Riskl jsem to a vyšlo to. Výběrové řízení bylo standardní, tříkolové. V prvním kole jsem prošel HR screeningem, pak mě čekal pohovor s přímým nadřízeným a v poslední části šlo spíše o to, zda zapadnu do týmu a jestli mám vedoucí schopnosti,“ vzpomíná František Koutský.



Měl štěstí, vzali ho. Řada absolventů škol přitom hledá uplatnění na trhu práce velmi dlouho a často je nucena i s vysokoškolským vzděláním nastoupit na nižší pozice. „Začal jsem pracovat na značce Knorr. Prvních šest měsíců se člověk rozkukává a snaží se pochopit interní procesy, značku, na které pracuje, a hlavně cílového zákazníka, tedy spotřebitele. Pak už se pustí do práce a vytváří nějaké hodnoty,“ vysvětluje mladík, který v Budapešti strávil dva a půl roku. „Postupem času jsem ale zjistil, že by mě více bavil strategický marketing, tedy vý-

voj nových produktů a marketingové komunikace. Proto jsem se začal ucházet o pozice v různých vývojových centrech ve světě. Unilever je interním přesunům otevřený, takže jsem se hlásil na posty v Londýně a v Singapuru,“ říká František.

Než se tam ale dostal, udělal si odbočku do Bratislavy. „Přijal jsem zajímavou nabídku, kde jsem dostal na starost dvě značky, Hellmann’s a Knorr, a stal jsem se odpovědným za celý lokální marketingový proces. Na této pozici jsem měl možnost zjistit, jak peníze odcházejí z firmy a jak do ní zase přitékají zpět ve formě prodejů,“ popisuje František. Na Slovensku byl spokojený, přesto pořád snil o kreativnějším zaměření. „Nakonec mě přijali do Milána na značku Domestos. Asi po roce a půl jsem se se stejnou pozicí přesunul do globální Unilever centrály v Londýně. Podílím se na celém rozvoji značky Domestos, specializují se na WC bloky,“ říká mladý muž a přibližuje svou práci: „Připravuji koncept nového produktu, veškeré spotřebitelské testy, marketingovou komunikaci a jsem také odpovědný za jeho úspěšnost na trhu v určitých regionech.“

V Londýně se Františkovi líbí, rád by tam zůstal a posunul se na manažerský post. A jednou by chtěl vycestovat na zkušenou do Asie.



ČTYŘI PŘÍBĚHY

Je jim přes 20 a v oboru už se o nich ví

MAREK NOVÁK, 20 LET, VÝVOJÁŘ

Vyvíjí přístroje, které měří životní funkce

Jako dvanáctiletý kluk našel v časopise Praktická elektronika stavebnici elektronické házečky kostky a sestrojil ji. Dnes už má s vlastními elektronickými vynálezy úspěch v mezinárodní soutěži, a dokonce spolupracuje s firmou, jež jeho přístroj na měření životních funkcí vyvíjí. „Tehdy jsem nevěděl, že se k elektronice vrátím. Začal jsem se zajímat o exaktní vědy, hlásil se do různých předmetových olympiád a až ve druháku na gymnáziu jsem začal sestavovat mikrokontrolery,“ vzpomíná dnes dvacetiletý Marek Novák.



Postupně se se svými přístroji dostal k medicíně. „Hledal jsem levný známý vitamínů funkce, který by se dal využít pro potřeby trvalého monitorování zdravotního stavu. Vysoká cena stávajících řešení mě vedla až k návrhu vlastního,“ říká mladík. A právě s tímto projektem uspěl jak v tuzemském klání, tak i na největší středněškolské vědecké a technické projektové soutěži na světě Intel ISEF.

Získal druhé místo v obrovské konkurenci stovek projektů ze 70 zemí světa. „Je to signál, že to, co dělám, má smysl. Letos jsem opět do soutěže nominován – s novým zařízením, které je postavené na stejném konceptu: dostupném sledování zdravotního stavu,“ říká Marek.

Jeho zařízení pro sběr a analýzu dat má ve-

likost náramkových hodinek a komunikuje bezdrátově s nepřeborným počtem modulů, které uživatel nosí na těle, od EKG po GPS lokalizaci.

„Hodinky jsou vybaveny i Bluetooth, díky čemuž komunikují s libovolným smartphonem a GSM modulem, který lze v těsné blízkosti použít pro varování rodinných příslušníků či záchranářů,“ vysvětluje mladík. „Existuje mnoho vědeckých prací z předních světových univerzit o podobných řešeních, ale funkční realizaci, která by se velikostí i rozpočtem shodovala s mým projektem, jsem dosud nenašel.“

Kromě toho, že Marek studuje prvním rokem na ČVUT, spolupracuje s firmou TSE, s níž připravuje projekt z oblasti péče o seniory. Zatím je ve vývojové fázi.

„Zjednodušeně se dá říci, že u pacienta budou neustále monitorovány důležité parametry na základě požadavku ošetřujícího lékaře,“ popisuje student.

A plány do budoucna? Marek chce pokračovat ve vývoji elektroniky, v rozjetých projektech a dál se učit. „V elektronice platí dvojnásob, že je nutné stále se přizpůsobovat novým trendům a využívat nejmodernější dostupné komponenty. Pouze tak je možné vytvářet zařízení, která můžou uspět v celosvětové konkurenci,“ uzavírá.

PORADNA

Pracuji v soukromé firmě v Ostravě. Ve smlouvě mám uvedeno místo výkonu práce: Česká republika. Zaměstnavatel mě vysílá na týdenní cestu mimo Ostravu a platí jen příspěvek 25 korun na stravenku. Je to správně?



JUDr. Jan Kozubek
advokát z kanceláře
Becker a Poliakoff

Posílají mě na pracovní cestu, na co mám nárok?

» Firma nepostupuje správně, pokud jde o proplácení výdajů při pracovních cestách a příspěvku na stravenky ve dnech, kdy na nich jste. Místo cestovních náhrad je vám i při pracovních cestách vyplácen příspěvek na stravenku.

Je sice možné, aby jako místo výkonu práce byla v pracovní smlouvě uvedena celá ČR, ale protože je vymezeno širší než jedna obec, měl byste mít rovněž sjednáno pravidelné pracoviště, což je právě údaj důležitý pro cestovní náhrady. Pravidelné pracoviště nemůže být sjednáno širší než jedna obec. Pokud by to tak bylo, považuje se za ně vždy jen

obec, ve které nejčastěji začínají pracovní cesty – vaše bydliště nebo sídlo společnosti.

Jestliže vás firma vyšle na pracovní cestu, náleží vám podle zákoníku práce stravenka. Jedete-li vlastním automobilem, případně vám náhrada za používání silničních motorových vozidel, jinak náhrada jízdních výdajů za použití hromadného dopravního prostředku, popřípadě i taxi. Dále je vám zaměstnavatel povinen proplatit náklady za ubytování, případně další, jejichž výši prokážete.

Za každý kalendářní den pracovní cesty musí tedy zaměstnavatel poskytnout zaměstnanci v roce 2014 stravné: 67 korun, trvá-li pracovní

cesta 5–12 hodin, 102 korun, trvá-li 12–18 hodin, 160 korun, trvá-li déle než 18 hodin. Jsou to minimální částky, zaměstnavatel může vyplatit i více, ovšem stravné nad rámec nebude daňově uznatelným výdajem.

Pokud jde o náhradu za použití silničního motorového vozidla, základní sazba za jeden kilometr jízdy činí 3,70 koruny. Dále zaměstnanec prokazuje cenu pohonných hmot dokladem o nákupu, ze kterého je patrná souvislost s pracovní cestou. V případě, že skutečnou cenu za pohonné hmoty nelze prokázat, využijí se průměrné ceny stanovené každoročně vydávanou vyhláškou. Výše průměrné ceny za litr pohonné hmo-

ty činí: 35,70 koruny u benzínu 95 oktanů, 37,90 koruny u benzínu 98 oktanů a 36 korun u motorové nafty.

Oproti cestovním náhradám jsou stravenky benefitem poskytovaným zaměstnancům. Neexistuje zákonná povinnost zajistit pracovníkům stravenky, natož je plně hradit nebo na ně přispívat. Zaměstnavatel je pouze povinen zaměstnancům stravování umožnit. Jeho zajištění v průběhu pracovní směny je osobní věcí zaměstnance.

Pokud zaměstnavatel poskytuje zaměstnancům stravenky, má možnost podle zákona o daních z příjmů přispívky na stravování uplatnit jako daňově uznatelný výdaj do výše

55 procent ceny jednoho jídla, maximálně do výše 70 procent stravného při pracovní cestě trvající 5–12 hodin. Podmínkou však je, aby zaměstnanec byl přítomen na pracovišti během stanovené pracovní směny po dobu aspoň tří hodin a zároveň mu v průběhu směny nesmí vzniknout nárok na stravné při pracovní cestě.

Doporučuji tedy, abyste se obrátil na zaměstnavatele a požádal ho o nápravu situace – a to jak do budoucna, tak zpětně. Pokud by vám nevyhověl, mohl byste věc řešit i soudně cestou, šance, že uspějete, je poměrně vysoká. Lze rovněž podat podnět k oblastnímu inspektorátu práce.

KRYŠTOF ŠIMEK, 20 LET, BALEŤÁK

Porazil 1 500 baletáků a tančí v prestižním souboru

N a prvním stupni základní školy navštěvoval baletní přípravku v českobudějovickém divadle. Už tehdy ho tanování ohromně bavilo. Pak se dostal na státní konzervatoř do Prahy a po osmiletém studiu nastoupil do baletu Národního divadla. To bylo v srpnu 2012. Práci tehdy získal prakticky hned, dobrých baletáků je málo. „Nastoupil jsem na pozici sborového tanečníka. Každý měsíc odehrají osm až patnáct představení různého žánru: moderna, klasika, neoklasika,“ říká dvacetiletý Kryštof Šimek.



Nedávno si přečetl na internetu inzerát, že v mnichovském Bayerisches Staatsballet hledají nové posily. „Hned jsem se na konkurz přihlásil. Mnichov patří k nejlepším tanečním souborům na světě, šéfem je tam Čech Ivan Liška. I další sólisté jsou velikáni,“ vypráví s nadšením Kryštof. A tak vyrazil na konkurz. Pozváno bylo přes tři sta tanečníků z celého světa poté, co porota dalších dvanáct set zájemců vyřadila. Ať už kvůli nevyhovující výšce, váze, vzhledu, nebo prostě špatnému životopisu.

„Bylo to náročné. Konkurs trval čtyři hodiny

s jedinou pětiminutovou přestávkou. Měl několik kol, která jsou těžko popsatelná. Je to trénink, který každý z nás dělá denně, jen kombinace cviků jsou jiné. Po každém kole pětadvacetičlenná porota vyhodila 40 lidí,“ vzpomíná Kryštof.

Atmosféra prý byla soutěživá, ale přátelská zároveň. Na výsledky se nečekalo. Vedení souboru je ohlásilo hned po skončení výběrového řízení.

„Vzali nás šest. Nastupuji na pozici sborového tanečníka a mým cílem je stát se Principal Dancer, tedy prvním sólistou,“ plánuje Kryštof a dodává: „Tak trochu jsem tušil, že bych mohl uspět. Na světě totiž neexistuje soubor, kam bych si přál víc. Vyhovuje mi po stránce repertoáru,

má dostatek klasických baletů, ale i současného tance. Těším se, že poznám nové techniky, přístupy k tanci, choreografie, lidi... A podmínkami jsou tam důstojné. Jen výplatu budu mít v přepočtu třikrát větší než v Praze,“ dodává tanečník, který, ačkoliv je v němčině úplný začátečník, to zatím nevidí jako problém. „V souboru se mluví anglicky, stejně jako u nás. A troufám si říct, že moje angličtina je na dobré úrovni. Ale kvůli životu v Německu jsem odhodlaný studovat i tento jazyk,“ doplňuje.

ZUZANA CABEJKOVÁ, 24 LET, PODNIKATELKA

Chce přinést na trh módní ekologické lahve

S nápadem módních lahví vyhrála loni na podzim soutěž začínajících podnikatelů Nastartujte se. Chce nabídnout lidem designové lahve z kvalitních materiálů, ve kterých budou nosit oblíbené nápoje a snáz dodržovat pitný režim.

„Hodně cestuji a vím, že v zahraničí je běžné dostávat v restauracích vodu z kohoutku. Chtěli jsme to s kamarádkami rozšířit i u nás, a tak jsme založily spolek Česko pije z vodu. V rámci této akce jsem si uvědomila, že lidem sice doporučujeme vodu z kohoutku, ale že ji vlastně nemají z čeho hezky pít,“ vypráví čtyřadvacetiletá Zuzana Cabejškova, studentka a podnikatelka. Svůj nápad pak dotvořila se



spolužáky z Technické univerzity v nizozemském Delftu, kde studovala a kde se zkušenými poradci na byznys vymysleli podnikatelský plán.

Zuzana vystudovala Přírodovědeckou fakultu UK a pak se dostala do dvouletého programu Erasmus Mundus Industrial Ecology, ve kterém se věnuje průmyslové ekologii. „Mám vysoké nároky na materiál. Najít takový, který by byl šetrný k životnímu prostředí a zároveň byl

funkční a estetický, je náročné, a tak jsem stále ve fázi prototypování a testování různých variant. Prodej plánuji spustit v září,“ odpovídá Zuzana na otázku, jaké jsou začátky podnikání. „Zatím s designérem Petrem Strejčkem sbíráme zpětnou vazbu od zákazníků, abychom vytvářeli výrobek společně s jeho budoucími uživateli,“ dodává dívka,

která na podnikání oceňuje samostatnost, odpovědnost a možnost seberealizace.

„Jsem jen kousek za startem a lahve ZAZA Bottles jsou stále ve fázi vývoje, který platím z finanční výhry v podnikatelské soutěži. Je jasné, že budou sloužit nejčastěji mlad-

ším lidem, kteří vítají individuální design a ocení, že si mohou vzhled lahve měnit podle svého. Takže marketing soustředím na on-line kanály a off-line zábavní akce, protože o to mi jde – aby lidé pili vodu, šťáv či domácí sodovky bavilo a měli je spojené s radostí, pohodou a zdravím,“ plánuje Zuzana.

Zatím nevydělává, ale jak sama říká, je ambiciózní a rozjet to chce ve velkém, aby mohla splnit svou vizi PET-free světa. **Připravila Kateřina Hovorková**