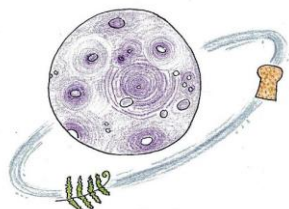


Jan Lukačevič, vědec



„Chci, aby to, co dělám, mělo v širším měřítku smysl.“

Odkaz na web: <https://www.instagram.com/lukacevicjan/?hl=cs>

Jsou na Marsu blesky?

Pokud blesky na Marsu jsou, ublíží lidské posádce nebo jejím přístrojům? Tým z Akademie věd, jehož je Honza Lukačevič členem, vyvinul unikátní přístroj, který to v rámci mise ExoMars 2020 poletí zjistit. Pokud by na povrchu Rudé planety docházelo při prachových bouřích k elektrickým výbojům, mohlo by to zkomplikovat plánované cesty kosmonautů na Mars i jeho případné osidlování. Pokud se vám to nezdá až tak důležité, tak Honza má pro vás připravený jednoduchý příměr. *„Představte si, že by na Zemi přiletěli mimozemšťané. Kdyby sem přiletěli, neznali naše bouřky a nebyli na ně připravení, stačí jeden výboj, který zničí loď a ohrozí život posádky. No a teď si to představte s první raketou na Marsu,”* dodává.

Při své práci se rád nechá inspirovat přírodou. *„Často tam najdu ta nejjednodušší a nejspolehlivější řešení problému,”* tvrdí. Pak v práci ukáže návrh a zeptá se: *„Šlo by to takhle?”* *„Možná ano, tohle před tebou ještě nikdo nezkusil,”* uslyšel už párkrát. *„Proto mě ta práce tak fascinuje. Je dynamická a je tu pořád místo pro nové nápady,”* říká Honza. V rámci mise ExoMars 2020 má na starosti mechanismus rozvinutí antény na zkušebním modulu. Zatím pracuje s dvěma návrhy. Pro jeden se inspiroval podle kapradiny. Anténa stočená do klubíčka se rozvíjí stejně jako rostlina. *„A ten druhý? Ten je podle špuntu v šampaňském.”* Anténa se z modulu odstřelí do několikametrové dálky. Pomůže jí k tomu nízká hustota atmosféry i malá gravitace. *„Moje práce je dynamická. Každý den dělám něco jiného,”* popisuje svojí práci Honza.

Jeho cesta k vědě však nebyla tak přímočará, jak by se na první pohled mohlo zdát. Jan se totiž chtěl stát profesionálním sportovcem, veslařem. Ve dvaceti byl členem týmu Dukla Praha, myslel si na olympiádu. Dařilo se mu, ale pořád chtěl víc. Až se najednou jeho život rozsypal jako domeček z karet. Jan se nakazil nemocí, která mu měla na dlouhou dobu převrátit život – boreliózou. K té se navíc přidal

zánět mozkových blan. Nemoc ho na měsíce vyřadila ze života. Nemohl číst, procházet se, psát, ani se dívat na filmy. Pořád spal, budili ho pouze při podávání léků. Když přešlo to nejhorší, začínal úplně od začátku. První krátká procházka venku, první jídlo u stolu. Každá maličkost byl úspěch a za každou drobnost byl rád. „*Od té doby nic neberu jako samozřejmost a všeho si vážím,*“ tvrdí.

Dnes Honza pracuje v oddělení kosmické fyziky Ústavu fyziky atmosféry Akademie věd. Již během studia na vysoké škole začal pracovat na různých výzkumech a posbíral za ně řadu ocenění. Na otázku, co jej k vědecké dráze přitáhlo, odpovídá: „*Zvědavost, hodně velká zvědavost! Vždy jsem se chtěl věnovat vývoji přístrojů, chtěl jsem něco vynalézat. Zároveň chci, aby to co dělám, mělo v širším měřítku smysl. Abych měl pocit, že jsem se něco naučil, to co jsem již uměl, jsem nějak využil a přispělo to nějakému většímu celku.*“ Své zapálení pro vědu předává i dalším mladým lidem. Akademie věd si Honzu vybrala jako svého ambasadora pro projekt Otevřená věda, kde má za úkol popularizovat svůj obor mezi mladými. Píše svůj blog, má svůj Instagram a účastní se akcí jako je Veletrh vědy. „*Baví mě to. Cítím v tom šanci ukázat lidem, že vědci si v laboratořích nebádají sami pro sebe. Že zkoumáme pro ně, abychom se všichni posunuli někam dál,*“ vysvětluje.¹

Medailonek je navázaný na pracovní list: **Náš podnik 1.1. (2. stupeň).**

¹ Medailonek úzce vychází a využívá části z těchto textů: Michaela Černá, iDNES.cz 3.7.2017: Geniálně jednoduché. Nápad mladého českého vědce poletí až na Mars (online) https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/jan-lukacevic-mars-mise-vedec-blesky-cesty-vzhuru.A170702_110102_domaci_mcn (cit. 28.8.2019); Zuzana Krajíčková, Forbes 29.3.2019: Ve vědě musíte vydržet třeba dva roky, kdy se nikam neposunete, říká Lukačevič (online) <https://www.forbes.cz/ve-vede-musite-vydrzet-treba-dva-roky-kdy-se-nikam-neposunete-rika-lukacevic/> (cit. 28.8.2019)

Kateřina Brabcová, ilustrátorka



„Život není o čekání na dokonalost.“

Odkaz na web: <https://brabikate.cz/o-autorce/>



Každá zkušenost se počítá

Katka alias Brabikate, jak si říká na sociálních sítích, ráda malovala již od školky, kde si jejího talentu poprvé všimly učitelky. Její cesta k malování však nebyla tak přímočará. V rozhodnutí věnovat se své největší vášni naplno jí totiž dlouhé roky bránil strach, zda by ji její koníček uživil. Dnes její kresby zdobí obálky knížek, které můžete koupit v každém knihkupectví. Kateřina má však při tvorbě širší záběr. Věnuje se výtvarnému zpracování nejruznějších projektů včetně mobilních aplikací, tvorbě svatebních oznámení i návrhů tetování.

Po maturitě se Kateřina vydala na vysokou školu studovat češtinu. Po dvou letech si ale uvědomila, že to není ta pravá cesta. Uživit se ilustrací jí však stále nepřišlo reálné. „*Myslela jsem si, že nemám co nabídnout*“ vzpomíná. Místo toho se začala věnovat marketingu – jak ve škole, tak v práci, když působila v jedné reklamní agentuře. Zpočátku byla s prací spokojena, nakonec se však ukázalo, že jí práce ve firmě ani její zaměření nevyhovuje. Nejlépe se jí pracuje, když se může na dlouhé hodiny někde zašít a organizovat si čas podle svého. Rozhodnutí začít pracovat na volné noze v tom, co jí skutečně baví, tedy v ilustrátorství, bylo logickou volbou.

To, co tomuto rozhodnutí předcházelo, nepovažuje Katka za ztrátu času. Zkušenosti z marketingu se jí nyní hodí, protože – jak tvrdí – obchodního ducha od přírody nemá. „*Naučila jsem se, jak být sama sobě manažerem*“ říká. Navíc věří, že vše je nejen o talentu a tvrdé práci, ale i o štěstí a o lidech, které člověk potká po cestě. A zdá se, že čím je ta cesta klikatější, tím víc lidí na ní stojí. S Radkem Blažkem z nakladatelství, pro které dnes pracuje, jí seznámila kamarádka, kterou potkala právě díky studiu češtiny na vysoké škole.

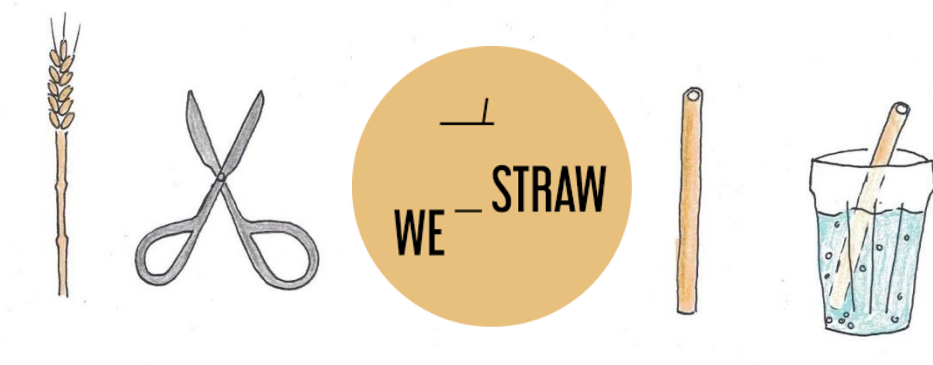
Pro práci ilustrátorky považuje Katka za klíčové stále objevovat nové věci. „*Hrozně mě baví učit se nové věci a rozšiřovat si obzory, v jakémkoli oboru. Člověk by se podle mě v ideálním případě měl učit celý*

život.“ Velkou inspirací je pro ni tvorba dalších umělců, které sleduje na Pinterestu nebo Instagramu. „Tyhle sociální sítě pro mě představují možnost zajít si kdykoliv do galerie, jsou to takové moderní výstavy.“ Podle Katky je pro kariéru ilustrátorky zásadní dívat se kolem sebe, mít otevřené oči a svět kolem sebe vnímat. „A pak si další den sedneš zase ke stolu a všechno se to propojí“ vysvětluje Katka. Jako svůj největší sen v souvislosti s uměním vidí ilustrování vlastní knížky, až ji jednou napíše.¹

Medailonek je navázaný na pracovní list: Náš podnik 1.1. (2. stupeň).

¹ Medailonek úzce vychází a využívá části z těchto textů: Anna Musilová, iDNES.cz 18.9.2018: Nemám co nabídnout, myslela si. Její ilustrace teď zdobí obálky knih (online) https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/ilustratorka-brabikate-katerina-brabcova-cesty-vzhuru.A180823_140129_domaci_amu (cit. 28.8.2019); Vladka Hyláková, Citydog, 8.2.2019: Barvy, beletrie nebo pohorky. 10 věcí ilustrátorky Kateřiny Brabcové (online) <https://city-dog.cz/post/10-veci-ilustratorky-kateriny-brabcove/> (cit. 28.8.2019)

David Macháček, WE STRAW



Odkaz na web: <https://www.we-straw.com/o-nas/>

Sláma je s náma!

Když si v cukrárně nebo kavárně objednáte limonádu, asi budete očekávat, že jí přinesou s brčkem. Pokud se tak nestane, člověk může reagovat různě. Někdo je naštvaný, někdo zklamaný a někdo se prostě zvedne a jde se zeptat obsluhy, kam se brčko podělo. Posledním způsobem reagoval i pětadvacetiletý David Macháček. Od mladé číšnice za barem přišla prudká odpověď: „Brčka zabíjí želvy a zvířata v oceánech. Nedám Vám ho!”

V první chvíli byl David zaskočen a vyveden z míry. Začal přemýšlet nad tím, jak to udělat, aby brčko mohl dostat, ale neškodil tím přírodě. Řešení bylo velice jednoduché. Vždyť brčku se jinak řekne slámka... a ta je ze slámy. Tato prostá dedukce vedla k tomu, že David začal zjišťovat, testovat a postupně připravovat vše proto, aby byl schopen brčka z žitné slámy dodávat všem, kdo si budou přát změnit pití limonád k lepšímu.

Postup výroby brčka ze slámy je jednoduchý. Žito se musí na poli opatrně ustríhat, kombajn by stéblo rozdrtil. Z nastříhaného žita se poté odstříhá horní část, tedy klasy. Z těch je možné udělat chleba. Ze spodní části stébla se poté stříhají brčka. Je důležité říci, že žito mívá na stéblu nedutá kolínka, takže maximální délka brčka dosahuje 21 cm. Po nastříhání probíhá sterilizace, čištění a sušení. Poté už jen napočítat, nabalit a poslat.

Ne všechny brčka, které se zdají být ekologické, takové skutečně jsou. Brčka z papíru, ekoplastu nebo těstovin se vyrábějí docela složitě a tento proces negativně ovlivňuje přírodu. Zato We-Straw slámky se

pouze zpracovávají ze stébel žita, které jiné využití nemají, protože k výrobě mouky se používají jen klasy.

Brčka bychom měli, ale jak se pokusit napravit plastovou katastrofu v oceánech a spolu tím pomoci želvám? A v tom přišel další skvělý nápad... Co takhle finančně podpořit někoho, kdo opravdu pomáhá? „Chráníme mořské želvy z.s.“ je veliký projekt na záchranu mořských želv a hned padl Davidovi do oka. Z každé prodané slámky přispívá na jeho transparentní účet a je rád, že může alespoň takto pomoci.

V současné době nebylo díky brčkům ze slámy použito více než 20 000 plastových brček. Davidovým cílem je zbavit plastových brček celou Českou republiku, poté celý svět. Třeba se i při vaší příští návštěvě kavárny nebo cukrárny zrodí stejně báječný projekt, jako je Davidův.¹

Medailonek je navázaný na pracovní list: Náš podnik 1.2. (2. stupeň); Náš podnik 5.1. (1. stupeň).

¹ Medailonek úzce vychází a využívá části z těchto textů: Antonín Havlík, Refresher 11.4.2019: Davida štvála plastová brčka, tak začal vyrábět vlastní ze slámy. (online) <https://refresher.cz/64575-Davida-stvala-plastova-brcka-tak-zacal-vyrabet-vlastni-ze-slamy-Nejsem-ekofanatik-ale-chci-je-do-celeho-sveta-rika?gdpr-accept=1> (cit. 28.8.2019); Czhsight 17.6.2019: Brčka We Straw: Od plastu na slámu. (online) [https://www.czechsight.cz/brcka-we-straw-od-plastu-na-slamu/\(cit. 28.8.2019\)](https://www.czechsight.cz/brcka-we-straw-od-plastu-na-slamu/(cit. 28.8.2019))



Martin Hausenblas, ADLER International, a.s. a Liftago



Odkaz na weby: <http://www.adler.info/> a <http://www.liftago.cz/>

Nevzdávej to¹

Martin Hausenblas se narodil v Děčíně, celý svůj dospělý život ale zasvětil Ústí nad Labem, kde nyní žije. Je podnikatel, ústecký patriot a filantrop.

"Jednou jsem dostal hroznej vztek. 'Hele, jakejpak chudák?!' řekl jsem si. A zavolał člověku, který mně už předtím několikrát pomohl z nejhoršího. Zeptal se mě: 'Jsi úplně na dně? Tak to je dobře, budeš se moc pořádně odrazit. A moc se tam nezabydluj, aby sis nezvykl.'"

Půjčil si tedy další peníze, znova nakoupil zboží a začal prodávat jako o život.

"Postupně se ta hrůza začala odvalovat a někdy v té době mě oslovil spolužák ze střední školy s nabídkou vlastního podnikání."

V roce 2000 se spolužákem Pavlem Neumannem založil svoji nejziskovější firmu – společnost **ADLER Czech**, která se stala jedním z nejrychleji se rozvíjejících výrobců a dovozců reklamního textilu v České republice a dnes dováží sedm tisíc druhů zboží do 25 evropských zemí. Dlouhodobý zájem o téma udržitelné dopravy Martina Hausenblase přivedl k založení společnosti **Liftago**, která prostřednictvím mobilní aplikace propojuje pasažéry přímo s licencovanými taxikáři a díky fixním cenám bojuje proti okrádání klientů. Liftago měsíčně přepraví 120 tisíc lidí a stalo se nejlépe hodnocenou aplikací v Evropě.

"Tady je výběr pár pro mě důležitých zásad, kterých jsem se v životě i podnikání vždy držel."

¹ Medailonek úzce vychází a využívá části z textu: EYPodnikatel roku. 2017. Martin Hausenblas, majitel společnosti ADLER International a.s. a zakladatel Liftago se stal vítězem soutěže EY Podnikatel roku 2017 Ústeckého kraje (online) <https://podnikatelroku.cz> (cit. 23.9.2019)

Dělat věci jinak. Jde o základní marketingovou poučku – buď jste nejlevnější, nebo děláte věci lépe a jinak. Já se vždy snažil jít tou druhou cestou, ta první totiž vede do problémů. To děláme u Adlera i u Liftaga. Díky moderním technologiím zvyšujeme spokojenost zákazníků i samotných řidičů a nemalým efektem je pak i ekologický dopad.



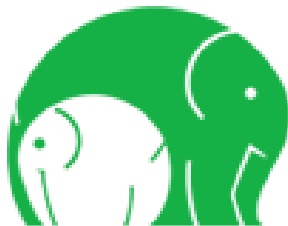
Být solidní. Držím se vždy toho, jednat s lidmi s úctou a respektem. Když plníte slovo, jste poctivý a spolehlivý, tak se to o vás i říká. Dobrá pověst vám ve všem ve výsledku strašně ulehčuje situaci. Špatná pověst působí naopak.

Mluvit pravdu. Nelžu. Lež nefunguje, nemáte totiž věci pod kontrolou.

Nevzdat se. Ti, kteří skončí, nikdy nezvítězí a ti, kteří zvítězí, nikdy neskončili. Toto motto je o tom, že ať už se pustíte do čehokoliv, vždy si projdete určitým typickým průběhem. V počátku se vám začne dařit, z čehož jste nadšení. Poté ale nastane ta rozhodující fáze. Pro ty, kteří nepřežijí, jde o údolí smrti. Když se ale nevzdáte a půjdete dál, tak v jistém okamžiku uděláte tolik chyb a tolik se poučíte, že budete expert na danou věc a současně dojdete do místa, kde už tolik přeživší konkurence nebude. Vaše snažení začne mít výsledky a vy se odrazíte k úspěchu. Jediná zásada, jak projít údolím, je každý den udělat krok! Nezabydlovat se, neumdlévat, nevzdávat se, pokračovat. Protože smrt i krach jsou otázkou rozhodnutí. Vašeho rozhodnutí, že už nechcete pokračovat dál. A pokud tohle překonáte, pak už zvládnete vše.

Medailonek je navázaný na pracovní list: Náš podnik 1.4. (2. stupeň).

Arthur F. Sniegón, ochránce slonů



„Dobru se musí jít vstříc.“

Odkaz na web: <https://www.save-elephants.org/>

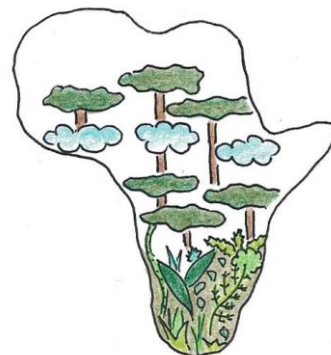
Až budu velký ...

Arthur se narodil v Třinci. Že se jednoho dne vydá na dráhu přírodovědce a ochránáře muselo být jeho rodičům jasné již od chvíle, kdy začal lézt a chodit. Zajímalo jej totiž vše živé kolem. V šesti letech si usmyslel, že „až bude velký“, postaví si na Borneu v pralese dům na stromě. Takových „až budu velký“ bylo poté ještě bezpočet: projet na hřbetu ochočeného losa celou Sibiř, překonat s malou karavanou velbloudů středoasijské pouště a pohoří, přepádlovat na kajaku z Aljašky na Kamčatku, podniknout expedici do těch nejdlehlších koutů Amazonie... Některé z jeho snů jsem si díky obrovské podpoře rodiny začal plnit velmi brzy. Prožil dětství a dospívání plné cestování (celá Evropa, Maroko, Írán, Střední Asie, Rusko) a měl to štěstí být doma obklopen mnoha zvířaty, které vždy tak obdivoval.

Nejkrásnější léta prožil se svými dvěma ochočenými krkavci. U Sniegónů doma to mnohdy vypadalo jako na záchrané stanici pro divokou zvěř. Po maturitě se Arthur na rok vydal do západní Kanady, kde pomáhal jako dobrovolník v centru pro ohrožené volně žijící živočichy. Zároveň pracoval a vydělával si na svou vysněnou cestu na Kamčatku. S tátou a nejlepšími přáteli strávil v divočině tohoto liduprázdného poloostrova čtvrt roku. Zdolali vrcholy 17 činných sopek, sledovali medvědy a užívali si absolutní svobody.

Po příjezdu domů si začal plnit svůj další velký sen – studium Ekologické a evoluční biologie na Karlově Univerzitě. S cestováním ale nepřestal, naopak začal objevovat Afriku. Cestoval dva měsíce v Gabonu, Středoafričské republice a v Kamerunu. Do Afriky se zbláznil! Rok po první cestě přišel nový projekt – projet celé Kongo a jih Kamerunu po vlastní ose na kole. V kamerunských horách se Artur připojil

v rámci projektu Kedjom-Keku k výzkumu šimpanzů a ochraně horského mlžného lesa. Čím více času v rovníkové Africe trávil, tím více byl rozhodnutý, že se tam chce vracet i nadále. Postupně si tam začal připadat jako doma a mnohé věci, které jsou pro ostatní Středoevropany záležitostmi opačného konce světa, se ho začaly dotýkat osobně. Jednou z nich je masové vybíjení slonů, jehož byl na několika místech nepřímým svědkem. Po návratu na budově vysoké školy v Praze na Albertově denně chodil kolem pamětní desky z roku 1989, na které stojí: „Kdy – když ne teď? Kdo – když ne my?“ Rozhodl se, že na rok přeruší školu a pokusí se být také v ochraně slonů užitečný!



Jeho organizace Save Elephants – záchrana slonů ve Střední Africe dnes pomáhá slonům v rámci osmi různých projektů. A jaké jsou jeho plány do budoucna? Rád by dostudoval školu. Během studia se chce naplno věnovat šíření povědomí o ohrožení slonů a shánění prostředků na jejich ochranu. No a... „až bude velký“, vrátí se na černý kontinent natrvalo a se svou krásnou africkou ženou bude žít uprostřed pralesa... a kdo ví, možná že i v tom vysněném domě na stromě!¹

Medailonek je navázaný na pracovní list: Náš podnik 1.4. (2. stupeň); Náš podnik 1.1. (1. stupeň).

¹ Medailonek úzce vychází a využívá části z textů na webových stránkách organizace Save Elephants: <https://www.save-elephants.org/omne/> (cit. 6.8.2019); <https://www.save-elephants.org/> (cit. 6.8.2019)

Marek Sivák, Markova zahrada



Pomáhat může každý. I děti.

Marek byl obyčejný dvanáctiletý kluk, který společně s maminkou, tatínkem a sourozenci bydlel v bytě v Praze na Žižkově. Na balkóně, který byl součástí bytu, maminka čas od času sušila oblečení. Jinak byl ale balkón většinu času nevyužitý. Markovi to bylo líto. Protože měl moc rád květiny, dostal nápad, že by je na balkóně začal pěstovat. Poprosil maminku, jestli by mu nekoupila květináče, hlínu a semínka. Maminka mu vyhověla a Marek během několika měsíců udělal z balkónu krásné místo plné květin.

Rok poté si Marek začal všímat, jak zanedbaný je dvůr pod balkónem. Trávník na něm zarůstal plevelem, lavička k posezení byla zničená a cestička k ní zaházená odpadky. Protože byl dvůr tak ošklivý, nikdo na něj nechodil. Jednou, když se vrátil ze školy a dokončil domácí úkoly, se rozhodl, že dvůr uklidí. Někteří sousedé, kteří Marka viděli uklízet, sešli dolů na dvůr a začali mu pomáhat. Když se začalo stmívat, pořád ještě zbývalo udělat spoustu práce. Marek se s ostatními dohodl, že se za týden sejdou znovu. Od té doby se začali na dvoře scházet pravidelně. Téměř každý týden se přidal někdo nový. Přidávali se nejen lidé z Markova domu, ale i další lidé z ulice. Po několika měsících byl dvůr čistý a osázený květinami, v jeho středu bylo postavené nové posezení.



Díky schůzkám na dvorku se lidé z domu i z ulice začali více kamarádit a navzájem si pomáhat. Kromě dvorku opravili sklep, do kterého každý uložil část náradí, které měl doma. Kdokoliv z ulice mohl přijít a náradí si v případě potřeby zadarmo půjčit.

Jednoho dne přišel na dvůr cizí člověk. Byl to bezdomovec. Sedl si pod přístřešek, aby se schoval před deštěm. Marek a jeho kamarádi ho nevyhodili. Naopak, jakmile zjistili, že je mu zima, donesli mu teplý čaj a taky oblečení, které sami moc nenosili. Bezdomovec jim byl moc vděčný. Další den se Marek a jeho kamarádi dohodli, že před svůj dům postaví skříň, do které budou dávat nepotřebné oblečení. To také udělali. Napsali na ní, že si věci z ní může vzít každý chudý člověk, který je potřebuje.



To všechno se stalo před mnoha lety. Markovi Sivákovi je teď 19 let a říká: "Vloni jsme komunitní zahrádku rozšířili i na sousední dvorek. Pěstujeme tam spoustu krásných květin i zeleninu. Ve sklepě je teď nejen půjčovna nářadí, ale i dílna, kde si lidé mohou cokoli opravit přímo na místě. Stačí, aby se lidé předem nahlásili a poté zapsali do výpůjční listiny. Veřejná šatní skříň pořád funguje a pomohla spoustě bezdomovcům přežít tuhé zimy. O všechno se staráme s lidmi z ulice ve svém volném čase. Od té doby, co tyhle věci děláme, jsou k sobě lidé v naší čtvrti přátelštější a více se na sebe usmívají."¹

Medailonek je navázaný na pracovní list: Náš podnik 1.4. (2. stupeň); Náš podnik 10.3. (1. stupeň).

¹ Medailonek úzce vychází a využívá části z textu: Martin Bajtler, iDNES.cz/ ZPRAVODAJSTVÍ 4.2.2018: Komunitní zahrada a dílna na Žižkově pomáhá lidem nejen bez domova (online) https://www.idnes.cz/praha/zpravy/dilna-komunita-zizkov-zahrada-bezdomovci.A180131_380068_praha-zpravy_nuc (cit. 23.9.2019)

Tereza Jurečková, Pragulic



Odkaz na web: <http://www.pragulic.cz/>

Do víru ulic

Příběh organizace Pragulic se započal roku 2012 v Praze, kdy se vysokoškolská studentka Tereza se svými spolužáky vracela ze semináře o propojení podnikání a pomáhání druhým lidem. Při své cestě dorazili až na Anděl, místo kde se v Praze hojně pohybují lidé bez domova, a v tu chvíli se zrodil nápad pomoci právě jim. Myšlenka byla jednoduchá: „Kdo zná Prahu nejlépe? Bezdomovci. Mohli by provázet lidi hlavním městem a vydělat si tím peníze. Nedostávali by peníze za žebrání, ale plat. Měli by práci!“

S nadšením se Tereza se spolužáky rozhodne založit neziskovou organizaci Pragulic, která by umožnila lidem poznat a zažít Prahu očima lidí bez domova a tím měnit zažitý předsudky o bezdomovectví. Tento jednoduchý nápad měl ale celou řadu háčeků jako například: Najde se v jejich řadách dostatečné množství těch, kteří budou schopni a ochotni tuto práci dělat? Bude o prohlídky zájem? S uskutečněním samotného nápadu vystávaly tyto i celá řada dalších otázek a problémů. I přes pochybnosti a nejistotu se Tereza se spolužáky rozhodla uvést nápad do reality i za cenu rizika, že se to nepovede.

Tereza Jurečková k tomu říká: „Ale přestože jsem neměla žádné zkušenosti, dokázala jsem si představit, jak ohromnou příležitost náš nápad představuje, jak to bude celé fungovat. Dala jsem tomu všechnu svou energii a peníze a doufala, že se to vyplatí.“ Prvotní reakce po spuštění podniku byly různé, rodina a příbuzní nebyli nadšení i na facebooku se objevovaly negativní reakce. Nicméně již od samého počátku si prohlídky své zákazníky našly a jejich počet stále stoupá.

K úspěchu podniku podle Terezy „pomáhá dobrá reklama a vzrůstající povědomí o organizaci. Všichni se nás ptali, odkud se o nás lidé dozví a typická odpověď zněla: Máme web, Facebook a Twitter a hodně článků a reportáží v televizi v České republice i v zahraničí. A také hodně lidí o tom mluví,

protože to je zajímavé téma. Klíčové ale bylo ukázat lidem, že to funguje a že je to bezpečné. K tomu stačí reportáže, fotky a pozitivní doporučení.“



V současné době prohlídky Prahou běží již 6 let a myšlenka se rozšiřuje do dalších měst v České republice i do zahraničí. Organizace zaměstnává 12 průvodců a ročně provede Prahou přes 800 klientů. Zákazníci na prohlídkách oceňují především lidskost a otevřený přístup průvodců, zajímavá místa, informace, které ještě nikde neslyšeli a jedinečnost příběhů každého z průvodců. Prohlídky vnímají spíše jako zážitek. Hlavní motivací zákazníků je zvědavost, zájem o téma a snaha poznat Prahu z jiného pohledu, k návštěvě je motivují také dobré doporučení známých.

Medailonek je navázaný na pracovní list: Náš podnik 1.4. (2. stupeň).

Martin Wallner a Tomáš Hubr, Mixit.cz



Odkaz na web: <https://www.mixit.cz/o-nas>

Mlsej zdravě!

Müsli z obchodu k snídani vyzkoušel snad každý, ale vytvořit si vlastní směs s ovocem, čokoládou a oříšky, to je rozdíl. S touto jednoduchou myšlenkou přišli dva mladí muži Tomáš a Martin. Tito spolužáci z vysoké školy se rozhodli, že půjdou svou vlastní cestou a začnou společně podnikat. Od roku 2010 rozjeli internetový obchod, kde si zákazníci z široké nabídky přísad mohou namíchat müsli podle své chuti. Letošní rok v březnu vyhrál jejich internetový obchod první cenu v soutěži „Shop roku“ a o dva měsíce později oslavil 8. narozeniny. Martin jejich podnikatelský nápad shrnuje do tří vět takto:

„My jsme dali možnost zákazníkům namíchat si přesně to, co chtějí. Mohou si vybrat, jestli chtějí mlsat nebo žít zdravě. Základem byla naprostá volnost výběru.“

Nejoblíbenější přísadou jejich zákazníků je ovoce sušené mrazem, které zůstává dlouho křupavé a ponechává si svoji barvu a chuť. Jednotlivé přísady do svých směsí kluci vybírali sami a testovali na sobě. Tomáš dodává:

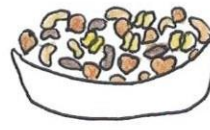
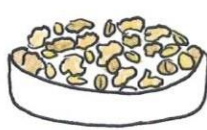
„Muselo nám to chutnat. Priorita pro nás je, aby vše dobře chutnalo.“



Müsli od jiných výrobců si můžete koupit v supermarketu a vybrat si z několika druhů příchutí. V Mixit.cz si můžete doma na internetu namíchat směs tak, jak chcete vy. Martin a Tomáš si mohli dovolit zvýšit kvalitu svých výrobků, protože se nemusejí dělit o část ceny za své müsli s velkými obchody, které je prodávají. Mixit.cz prodává své zboží zejména ve svém internetovém obchodě. Na základě objednávky z internetu se míchá konečný müsli mix a ten je doručen domů k zákazníkovi.

Svou podnikatelskou cestu kluci začínali v Praze v malém studentském bytě v centru města. Tam Tomáš přijímal objednávky a Martin sám ručně míchal vločky dohromady. Večer namixované zboží odvezli na poštu, zaplatili složenky a druhý den ráno se vše opakovalo. Dnes zaměstnávají 100 zaměstnanců a více než polovina výroby je mixována pomocí automatických linek. Začínajícím podnikatelům zakladatelé Mixit.cz vzkazují:

„Klíčové je získat zákazníky, kteří jsou ochotní zaplatit za váš produkt, a dělat je spokojenými.“¹



Negativní postup tvorby ceny – Supermarkety nutí výrobce k radikálnímu snížení ceny. V praxi se takto chovají velké supermarkety, které mají silné postavení na trhu. Výrobce je tlačěn do výrazného snížení nákladů na tvorbu výrobku a tím do snížení kvality výrobku. Výrobci musí prodávající své produkty v supermarketech jsou nuceni držet nízkou cenu za balení, proto müsli mixy obsahují méně sušeného ovoce, oříšků či jiných přísad. Jiným příkladem je řeznická firma, která chce prodávat párky v supermarketu. Obchodní řetězec stanoví cenu párků a výrobce je nucen se ceně přizpůsobit. Výrobce tedy sníží poměr masa a jako jeho náhražku použije např. levnější soju.

Medailonek je navázaný na pracovní list: Náš podnik 2.1. (2. stupeň), Náš podnik 2.1. (1. stupeň) a Náš podnik 8.1. (2. stupeň).

¹ Medailonek úzce vychází a využívá části z těchto textů a videa: Starting-up 1/2015: Mixit (online) <https://www.mixit.cz/media/detail/starting-up-mixit> (cit. 20.9.2019); Mixit: O nás (online) <https://www.mixit.cz/o-nas> (cit. 20.9.2019); EY Podnikatel roku 2015: Medailonek Mixit.cz (online) <https://www.youtube.com/watch?v=qsoorHYR3EQ> (cit. 20.9.2019); Petr Kinský a kol. 2008: *Finanční gramotnost, obsah a příklady z praxe škol*. Národní ústav odborného vzdělávání.



Vašek Kroutil, SLUSNY YOYO SHOP



Odkaz na web: <https://slusny.net/vashek>

Play and grow

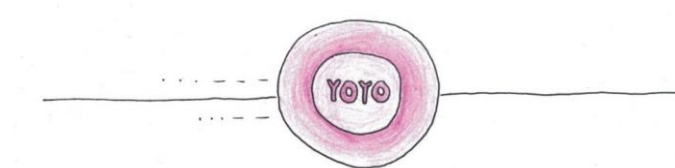
Poprvé roztočil yoyo, když mu bylo dvanáct. Ve dvaceti se stal mistrem Evropy. A začal se rodit plán... Svou nynější firmu zakládali s bratrem v pokojíčku a dnes mu slušně vydělává.

Vašek se ke svému koníčku a dnes i práci dostal na základní škole. Jeho starší bratr přinesl domů yoyo od spolužáka. Hraní a trénování je zpočátku bavilo oba. Bratr však po čase přestal, ale Vaškovi to vydrželo déle. Jeho vášeň pro yoyo v dalších letech vykryštovala v celou řadu úspěchů. Stal se čtyřnásobným mistrem České republiky a v roce 2010 dokonce mistrem Evropy.

Hlavním hnacím motorem pro něj bylo nadšení, touha zdokonalovat se a skvělá komunita kamarádů. Sám k tomu dodává: „*Měli jsme super partu, trávili jsme spolu čas, později jsme spolu jezdili po Evropě na soutěže a poznal jsem hodně dobrých kamarádů.*“

Z koníčku se stalo jeho současné zaměstnání. Svůj obchod založili s bratrem až na základě poptávky. Nejprve měli úplně jednoduchý internetový blog, na který psali články o yoyování hlavně proto, že je to moc bavilo. Lidé se tam začali ptát, kde se dají sehnat yoya, která používají. A protože se tehdy v České republice neprodávala, rozhodli se to změnit. Velká očekávání však neměli. Mysleli si, že prodají několik kusů týdně, udělají radost nadšencům a oni alespoň získají nějakou drobnou zkušenost a naučí se, jak funguje e-shop.

O jejich yoya byl však větší zájem, než čekali. Výsledkem bylo otevření vlastní prodejny v centru Prahy a začátek vlastního podnikání. Dnes ve svých obchodech Vašek s bratrem Kubou prodávají yoya za miliony korun.



Na otázku, co mu podnikání nejvíce dává, Vašek odpovídá: „Podnikání mi dává volnost, prostor přemýšlet a nutí mě pořád se rozvíjet. Občas prostě nemám na vybranou a musím dělat aktivity, které neumím, takže si je musím rychle osvojit. Díky byznysu jsem se například naučil jednat s vysoce postavenými lidmi, získal jsem sebevědomí, naučil jsem se dělat rychlá rozhodnutí a nést zodpovědnost.“¹

Poptávka: Poptávka představuje očekávání a přání zákazníků. Například: „Přál/a bych si yoyo, mělo by být barevné a kvalitní, aby se mi hned nezneškodilo.“ Na tato přání či potřebu reagují výrobci a produkují yoya podle přání poptávajících. Jakmile yoya vyrobí, přichází na trh s jejich nabídkou – „nabízíme kvalitní, moderní, barevná yoya“. Pokud yoya splňují představu zákazníků (poptávajících), koupí si je.

Medailonek je navázán na pracovní list: Náš podnik 3.1. (2. stupeň); Náš podnik 3.1., 7.1. (1. stupeň).

¹ Medailonek úzce vychází a využívá části z těchto textů jako zdroje informací: Petra Dlouhá, Peníze.cz 20.6.2015: Byznisplán: Milionové jojo Vaška Kroutila (online). <https://www.penize.cz/podnikani/301327-byznysplan-milionove-jojo-vaska-kroutila> (cit. 2.12.2019); Starty.cz 12.8. 2018: Vašek Kroutil – jojo je koníček i úspěšný byznys (online). <http://starty.cz/clanky/lide/vasek-kroutil-jojo-je-konicek-uspesny-byznys/> (cit. 2.12.2019)

Salvátor Soška, We are Ferdinand



*we are
ferdinand* ●



Odkaz na web: <https://weareferdinand.cz/>

Ze školní lavice řídí své ponožkové království

„Odmalička jsem chtěl dělat něco vlastního,“ říká Salvátor Soška, středoškolák, který od roku 2016 úspěšně podniká se svou značkou We are Ferdinand. Vyrábí se svým kamarádem ponožky, ale ne jen tak ledajaké. We are ferdinand spolupracuje s českými designéry, umělci a ilustrátory. Díky tomuto propojení, obyčejná součást oblečení jako jsou ponožky, dostává jiný význam. Designéři při tvoření podoby ponožek hledali netradiční vzory. Co třeba ponožky s klobásou nebo duhové ponožky? Značka ponožek Salvátora Sošky slaví se svým designem úspěch po celém světě.

Ale jak to vlastně celé začalo? Nápad vyrábět a prodávat ponožky nebyl jeho první podnikatelský nápad. Když mu bylo sedm let, prodával přes plot kolemjdoucím květiny, které nakoupil v nedalekém květinářství a přidal si k nim marži pár korun. Ve třinácti pak založil s kamarádem online magazín o výrobcích Applu, který prodali za pár set eur. Klíčová pro Sošku ale byla zkušenost, kterou získal v oděvní firmě svých rodičů, kde se coby 15letý učil o marketingu a zjišťoval, jak na skutečné podnikání. „Řekl jsem si, že bych mohl zkusit něco vlastního, a požádal jsem kamaráda Jakuba Jánošíka ze sousední vesnice o pomoc,“ vypráví Soška.

Svůj původní nápad na vznik oděvní firmy pro pány Gentleman Store záhy zúžili jen na jednu kategorii: ponožky. Tak se zrodila značka We are Ferdinand. Na rozjezd firmy si tehdy půjčil od rodičů. Po několika letech jim ale peníze vrátil a firma je nyní jeho.

„Zásadní je pro mě kvalita, originální design a výroba v Česku,“ popisuje Salvátor jedinečnost výrobků jeho firmy s tím, že právě najít českého výrobce ponožek bylo na začátku podnikání nejtěžším úkolem. Po pár měsících hledání přece jen našel firmu, která dokáže bláznivé ponožky vyrábět. Se vzory na

ponožky takový problém nebyl. Na začátku dělali Soška a Jánošík některé jednoduché vzory ponožek sami. Brzy se ale pustili do spolupráce se známými ilustrátory, jako je třeba duo Tomski & Polanski, Michal Bačák nebo Eliška Podzimková, která pracovala například i pro Jamieho Olivera.

Od nápadu k prodeji prvních ponožek vedla ale dobrodružná cesta. Ta se odvíjela od vytvoření prvních vlastních návrhů designu, hledání pletárny, která ponožky bude schopná a ochotná vyrobit, investice do první várky ponožek až po spuštění e-shopu s ponožkami, který neměl tak velký úspěch jak mladí podnikatelé očekávali. Navazovalo oslovení předních českých designerů a hledání cest jak dostat své výrobky na trh. Všechny tyto výzvy však Salvátor úspěšně zvládl, jeho podnik vzkvétá a on sám je inspirací pro celou řadu svých spolužáků.¹

Medailonek je navázaný na pracovní list: Náš podnik 4.1. (2. stupeň).

¹ Medailonek úzce vychází a využívá části z těchto textů a videa: Pavla Francová, Forbes.cz 12. 12. 2018: Ze školní lavice si udělal kancelář a rozjel vlastní firmu s originální módou. (online) www.forbes.cz (cit. 2.10.2019); Česká televize, Gejzír 14.3. 2019: Designové ponožky. (online) <https://www.ceskatelevize.cz/porady/10805121298-gejzir/219562235000009/video/681660> (cit. 2.10.2019)

Jan Sláma, David Špunar a Pavl Ihm: Nenech to být!



NNTB

Odkaz na web: <https://www.nntb.cz/co-delame>

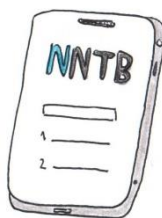
Pomáháme obětem šikany¹

Na začátku byli tři studenti brněnského gymnázia. Na konci byl projekt, který po dvou a půl letech provozu využívá víc než tisícovka škol v Česku. Jan Sláma, David Špunar a Pavel Ihm vymysleli projekt na pomoc dětem, které se staly obětí šikany.

„Já i David jsme se s šikanou setkávali na základní škole. Hlavně nepřímo. Viděli jsme, že se našim spolužákům něco děje, chtěli jsme jim pomoci, ale nevěděli jsme tenkrát jak,“ vysvětluje Jan Sláma důvody založení projektu. Hlavním důvodem, proč děti šikaně jen přihlížejí a problém neřeší, je podle něj to, že nechtějí žalovat. Navíc se sami agresora často bojí.



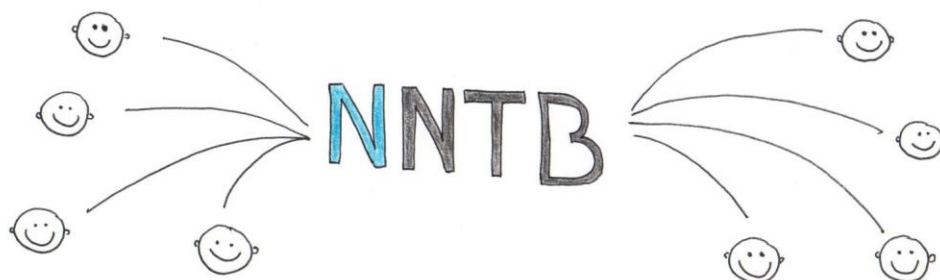
Honza s Davidem a dalšími spolužáky založili s podporou Linky bezpečí a Pedagogicko-psychologické poradny Brno web a mobilní aplikaci *Nenech to být*. Projekt je v podstatě jakousi obdobou schránek důvěry, kam děti mohou anonymně vložit vzkaz a sdělit, co je trápí. Jenomže tyto schránky podle Slámy a Špunara často neplní svůj účel. Bývají většinou umístěny na školních chodbách a děti se tak často bojí, že je při vkládání vzkazu někdo uvidí. Navíc nemají jistotu, ke komu se jejich vzkaz dostane. Web a aplikace *Nenech to být* tento problém řeší. Problém mohou děti nahlásit prostřednictvím jednoduchého online formuláře.



¹ Medailonek úzce vychází a využívá části z těchto textů: iDNES.cz/ ZPRAVODAJSTVÍ 27.3.2017: Žáci rozjeli web pro hlášení šikany. Ihned přišly desítky registrací (online). <https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/projekt-sikana-na-skolach> (cit. 14.10.2019); Martin Šada, Brněnská Drbna 30.1.2019: Projekt tří gymnazistů z Brna pomáhá proti šikaně ve více než tisícovce škol. Děti se nejčastěji šikanují kvůli hněvu (online). <https://www.brnenskadrbna.cz/zpravy/spolecnost/> (cit. 14.10.2019)

Systém je zcela anonymní. „Nahlašuje se pouze to, že se konkrétní dítě ve škole necítí dobře. Neoznamuje se agresor. A nikdo se nedozví, kdo konkrétní případ nahlásil,“ vysvětluje Sláma. Jméno žáka, který podnět odeslal, ani jeho IP adresu nemůže nikdo odhalit. Vzkaz proto může odeslat bez strachu. Podmínkou řešení situace však je, že se škola do systému *Nenech to být* zaregistrovala. Pokud ano, putuje nahlášený podnět od dítěte rovnou do e-mailové schránky psychologa příslušné školy. Na něm poté je, aby s dětmi hledal řešení.

Nenech to být se pod značkou Face Up.com rozběhlo i v dalších státech světa. Úspěch zaznamenává třeba v Jihoafrické republice, v Indii projevilo zájem o spolupráci i Ministerstvo pro rozvoj lidských zdrojů. Dle slov třetího spoluzakladatele Pavla Ihma projekt pomáhá dětem také v Polsku, na Slovensku, ve Švýcarsku, USA a Velké Británii.



Medailonek je navázaný na pracovní list: Náš podnik 4.2. (1. stupeň); Náš podnik 4.2. (2. stupeň).



Radim Nigrim, Schools United



Odkaz na web: <https://schoolsunited.cz/>

Mikina s příběhem¹

Radimův příběh podnikání začal, když mu bylo 16 let. Tehdy odjel na rok do USA a chodil tam na střední školu. *“Bylo to o něčem úplně jiném než jen chodit do školy a ze školy a získávat známky. Žiješ sportem, zápasy, chodíš fandit, do města vyrazíš ve školních mikinách. Pro mě to bylo neskutečné, protože z ČR jsem nic takového neznal. Tehdy mě to opravdu nadchlo a řekl jsem si, pojďme tuhle hrdost na školu začít budovat i u nás”,* popisuje atmosféru a sounáležitost studentů ke škole, kterou navštěvují.

Po návratu domů začal přenášet své nadšení z pobytu v USA na svou střední školu. Vytvořil návrh na mikiny a první zakázka byla na světě. A měla velký úspěch. Všechny 50 kousků se prodalo. To Radima povzbudilo, aby se vrhl na další zakázky. *„Druhým zákazníkem byla škola kamaráda, kde jsme zašli za paní ředitelkou a ukázali jí nápad na moderní školní mikiny a trička. Když zjistila, že za oblečení si platí dobrovolně sami žáci, a že školu oblečení nic nestojí, dala nám zelenou. Vytvořili jsme naši druhou kolekci a prodali 100 mikin.“* Třetím zákazníkem již byla škola, kde začínající podnikatelé kontakty neměli. Napsali dopis vedení školy, kde zmiňovali, co se jim podařilo na předchozích dvou školách, a pan ředitel souhlasil se schůzkou. Jejich nápad se mu líbil a podpořil je. Stejně poté postupovali školu po škole. Nyní jich mají kolem 250.



Na cestu podnikáním se ale Radim nevydal sám, jeho firma je postavena na týmu lidí, bez kterých by podnik nemohl fungovat. Důvěru v druhé a rozložení úkolů mezi členy svého týmu vidí jako jeden z důležitých klíčů ke svému úspěchu. *„Nesnaž se udělat všechno sám! Často mi přes cestu přejdou drobné*

¹ Medailonek úzce vychází z písemných odpovědí na položené otázky Radimovi Nigrimovi a využívá části z textu: Jana Orlovská, Business Animals.cz 21.3.2016: Založit firmu ještě při studiu a uspět? Jde to i v těžkých semestrech (online). <http://www.businessanimals.cz/ba/clanky/radim-nigrin/> (cit. 29.10.2019)

úkoly, které bych mohl udělat za pár minut, ale je potřeba je delegovat na kolegy. Často jsem se snažil udělat věci po svém (protože přece jenom já vše umím nejlíp, že?), ale to je špatně. Aby se firma vyvíjela a rostla, je potřeba důvěřovat svým kolegům a nesnažit se všechno urvat vlastním úsilím“, to by Radim poradil začínajícím podnikatelům.

Dnes nosí mikiny a trička z jeho dílny děti a mladí lidé ve školách po celém Česku. Dalo by se tedy říci, že je Radim v podnikání úspěšný. Jak ale úspěch vnímá on sám? „Jeden můj známý podnikatel mi řekl, že úspěch se měří penězi a tečka. I já to tak měl. Ať si každý říká, co chce: buď jsou peníze, nebo ne. Každopádně nyní, po šesti letech podnikání, mi rozhodně nepřijde, že nejsme úspěšní, protože nemáme spoustu peněz. Jsme úspěšní, založili jsme Schools United a pomáháme českým školám budovat lepší atmosféru na škole. Vidíme reálné výsledky. Zároveň se každý den těším do práce, těším se na svůj tým. Takže s odstupem času to pro mě není jenom o těch penězích, ale spíš o tom, zda mi práce dává smysl, baví mě a zda jsou vidět výsledky. Jsem přesvědčený, že tímto způsobem přijdou časem i ty peníze“, popisuje svůj postoj k měření úspěchu a přístupu k podnikání.

Medailonek je navázaný na pracovní list: Náš podnik 5.1. (2. stupeň).

Alice Kavková, 4 Kavky



Odkaz na web: <http://www.4kavky.cz/>

Nuda neexistuje

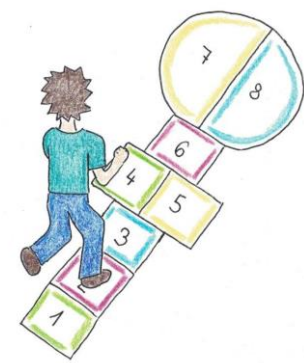
Příběh podnikání Alice Kavkové a celé její rodiny se začal odvíjet již od jejího dětství, kdy si stejně jako všechny ostatní děti hrála, ale bavily ji především jednoduché hry. Život ji od dětství vedl různými cestami od herectví přes novinářinu až k založení vlastní rodiny a podnikání, které je postaveno na výrobě a prodeji skákacích gum, kuliček na cvrnkání, karet a hracích kostek. Sama Alice to komentuje slovy:

„Jmenujeme se Kavkovi a jsme čtyři. Značku 4 Kavky jsme založili z jednoduchého důvodu. Chceme si hrát. A chceme, aby si spolu s námi hráli i ostatní. Malí nebo velcí. To je fuk. Proto jsme začali oprašovat pozapomenuté hry a vdechovat jim nový život. Jsme dvě velké a dvě malé Kavky. Pohled těch malých je pro nás důležitý, proto jsou naše děti nedílnou součástí značky i testování všech her.“



Alice své předchozí zkušenosti a zájmy zúročila také při podnikání a jeho rozjezdu. Na mateřské začala psát blog Maminator.cz a bloguje dodnes. Když chtěla světu představit první kavčí hru Pruženka, byl způsob propagace jasný. Natočila 50vteřinové video, jak skáče gumu, a dala ho na svou facebookovou stránku Maminator. Vzápětí se strhl opravdový šrumelec. Na video se během 14 dnů podívalo 1,6 milionu lidí. A bylo to! Kromě skákacích gum je možné v e-shopu 4 Kavky pořídit v různých provedeních kuličky, kostky a karty.

Dnes již Alice se svou rodinou píše vlastní magazín o hrách a hraní, natáčí videa s návody, jak skákat gumu, panáka, jak přebírat nebo hrát krvavé koleno atd. Své oblíbené hry propaguje také v televizních pořadech, na zábavných odpoledních pro rodiny s dětmi, ale také jako odpočinkovou aktivitu na konferencích a ve firmách.¹



Medailonek je navázaný na pracovní list: Náš podnik 5.2. (2. stupeň); Náš podnik 5.2. (1. stupeň).

¹ Medailonek úzce vychází a využívá části z textů na webových stránkách organizace 4 Kavky: <https://www.4kavky.cz/o-nas/> (cit. 2.12.2019)



Vít Ježek, REKOLA Bikesharing



Odkaz na web: <http://www.rekola.cz/>

Růžová kola

Jdete po ulici a spatříte růžové kolo s nápisem Rekola, případně vám ho aplikace ve vašem mobilu vyhledá na mapě. Jste-li registrovanými předplatiteli (předplatné na měsíc je 150 korun, roční začíná na 700 Kč), vyťukáte do mobilu šestimístné číslo, které najdete na rámu pod sedlem. Pak klepnete na ikonku „Půjčit kolo“ a obratem vám na displeji přistane nápis „Tak jedeme!“ a čtyřmístné číslo, s jehož pomocí otevřete zámek, kterým je bicykl připoután.

Vítek Ježek je dálkový cyklista a na kole už z Prahy dojel třeba do Kodaně, Paříže nebo Istanbulu. Během svých cest měl možnost poznat, jak funguje půjčování a sdílení jízdních kol (bikesharing) v zahraničí, a rozhodl se podobný koncept vytvořit v Praze. Mladý vývojář na to šel podle poučky, kterou vyčetl v jednom z manuálů pro rozjezd úspěšné firmy:

„Nic netvoř od stolu, nejdřív se běž zeptat, co lidi chtějí a jak to chtějí.“

A vzal to hodně doslova: vyrazil na hlavní nádraží, zamířil k příjezdům mezinárodních rychlíků a vyptával se vystupujících. „Myslel jsem, že to bude zájmat hlavně turisty. Ukázalo se ale, že o ježdění na kole po městě příliš nestojí – brání jim v tom zavazadla, nedostatek mobilních dat v telefonech, někteří se těší na chození pěšky, dobrou pověst mají tramvaje.“ Opustil tedy původní představu a zacílil na vrstevníky. Tentokrát však narazil s něčím jiným: „Naivně jsem věřil, že se o ta kola budou chtít lidi sami starat. Že s sebou budou vozit vercajk, a když se něco uvolní, utáhnou to, rozbitou součástku vymění. To se nenaplnilo,“ říká Vít Ježek.

Na začátku jsme měli kola stará - od lidí. Ta jsme na víkendových workshopech společně servisovali, barvili na růžovo (jsou na ulici lépe rozeznatelná a méně se kradou) a postupně pouštěli do ulic.



Díky velkému zájmu se původně volnočasový projekt proměnil v podnikatelskou činnost a dnes již nová jízdní kola vlastní výroby společnosti Rekola Bikesharing s.r.o. najdete v Praze, Brně, Olomouci, Českých Budějovicích, Liberci a Teplicích. Rekola mají přes 50 tisíc registrovaných uživatelů a v roce 2017 zaznamenala téměř 200 tisíc výpůjček.

Zatímco klasický systém sdílených kol je finančně i časově velice nákladný, projekt Rekola je financován z uživatelských poplatků a nevyžaduje žádnou speciální instalaci. Dá se zprovoznit během pár dní.

Kromě pozitivního dopadu na životní prostředí a výrazného odlehčení dopravy ve městech mají Rekola mnoho dalších výhod. Díky GPS systému, který se nabíjí za jízdy, dokáží nejen lokalizovat kola, ale také s bezkonkurenční přesností získávat data o pohybu uživatelů. Ta jsou zásadní pro vedení měst, která na jejich základě budují cyklistickou infrastrukturu, která následně přivádí do ulic další cyklisty a města se tak stávají lepší pro všechny obyvatele. Rekola lidem ukazují, že pohyb po městě není pouze zdraví prospěšný, ale zároveň šetří čas. Městské kolo je totiž pro určité trasy nejrychlejší dopravní prostředek a Rekola tak denně ušetří svým uživatelům až 70 hodin.¹

Medailonek je navázaný na pracovní list: Náš podnik 5.3. (2. stupeň); Náš podnik 5.3. (1. stupeň).

¹ Medailonek úzce vychází a využívá části z tohoto textu jako zdroje informací: Marek Šálek, reportermagazin.cz 11.10.2015: Spolek Rekola: Růžová jízda (online). <https://reportermagazin.cz/a/izn62/spolek-rekola-ruzova-jizda> (cit. 2.12.2019)



Matěj Doležal, MDCreative – květinový ateliér



Odkaz na web: <https://www.facebook.com/MDcreativLitomysl/>

Květiny, které dělají radost a pomáhají¹

Splnit si dětský sen je úžasné, ale splnit si jich rovnou několik, a to již ve 22 letech, je něco vskutku báječného. Matěj si už odmala hrál na obchodníka. Svému okolí prodával a nabízel vše, co se mu dostalo pod ruku. Postupně se více a více projevovала jeho kreativní duše a jeho cit pro krásu, což se projevilo třeba tím, že do „svého obchůdku“ zařadil první vázané kytice.



Během studií na Zahradnické škole v Litomyšli absolvoval Matěj mnoho praxí a stáží v květinářstvích v Litomyšli a okolí. Všechny vypadaly podobně (na výběr měly pár růží a karafiátů, v polici několik květináčů, obsluha byla velmi neosobní). Matěj se proto rozhodl, že on svoje květinářství povede jinak než všichni ostatní. Měl nabídky z různých květinářství, ale on chtěl pracovat pod svým jménem. A tak vznikl květinový ateliér MD Creativ, který se zabývá zakázkovými floristickými pracemi. *„Přestože jsem o podnikání v podstatě nic nevěděl, nebál jsem se a šel do toho. Vzal jsem ušetřené peníze, nakoupil první květiny, zašel na živnostenský úřad a stal jsem se podnikatelem. Věděl jsem, že jak snadno se dá začít, tak stejně snadno se dá i skončit. Nejprve bylo potřeba dílnu/obchod vybavit a vyzdobit. S tím mi pomohl otec. Společně jsme vyrobili pracovní pult, prolezli jsme půdy, sesbírali zajímavé kousky.“* Matěj si krámk vyzdobil, zařídil a následně i otevřel podle svého.

Matěj se specializuje na realizaci kompletních květinových výzdob na svatbách, v restauracích a hotelech. Nejraději váže květiny pro „běžného“ zákazníka. *„Často se snažím odhadnout, jakou květinu či styl kytice si bude přát a docela se mi to daří.“* Do povědomí veřejnosti se dostal na svatebním veletrhu, který se v Litomyšli každoročně koná. *„Poznal jsem mnoho lidí, získal kontakty, mnoho lidí*

¹ Text medailonku je autorským dílem žáků ZŠ Litomyšli Jakuba Markla a Víta Trávníčka pod vedením pana učitele Jana Coufala.

vidělo moji tvorbu a ta je zaujala a líbila se.“ Při rozjezdu ateliéru si Matěj založil akorát firemní facebook, o placené reklamě neuvažoval. „*Myslím si, že důležitější je doporučení a reference, které si lidé vzájemně mezi sebou dávají.*“ A funguje mu to, protože zákazníci se rádi vrací a „nabalují“ na sebe další a další zájemce. Všichni oceňují jeho kreativní a kvalitní práci, stejně jako milý a přívětivý přístup, který je pro Matěje typický. To, že si zákazníci jeho práce váží, dokazuje jeho objednávkový blok, který se stále rychleji a rychleji zaplňuje a to nejen během Vánoc, Valentýnů a podobných událostí.

Pro Matěje je velice důležité, aby jeho květiny dělaly radost a potěšily co možná nejvíce lidí. Proto svoji práci a jméno spojil i s řadou charitativních projektů pro různé znevýhodněné děti z okolí. Nejen svoji výzdobou se podílí na benefičním festivalu Hudba pomáhá, který podporuje handicapované děti v Pardubickém kraji. Na závěr školního roku každoročně pořádá akci Květiny pomáhají. Naposledy z ceny každé uvázané a prodané květiny putovalo 30 % vážně nemocné Štěpánce. „*Je radost dělat děti v jejich těžkém životě šťastnější a když je to prostřednictvím květin, o to je ta radost větší.*“

Matěj svůj talent prokazoval již během studií, úspěšně se účastnil řady květinářských soutěží a projektů. A proto nebylo divu, že mu škola po završení jeho studia nabídla možnost vyučování odborných a praktických předmětů. „*Když jsem byl studentem, vadil mi velký rozdíl mezi teorií, která byla často zastaralá a neodrážela současné trendy, a aktuální praxí. Proto se snažím svým studentům přiblížit moderní směry a taky, jak to v realitě funguje. Cílem je, aby naši absolventi mohli po zakončení studia otevřít své vlastní květinářství, případně aby je někdo bez obav zaměstnal.*“ Tím, že se Matěj stal pedagogem, si splnil další dětský sen. I když ve škole často svým pohledem a přístupem někdy naráží, studenti jeho pojetí výuky velice oceňují. A mají z tvorby květin radost. Matěj aktuálně tři dny v týdnu vyučuje na Zahradnické škole v Litomyšli a zbývající dny se věnuje práci v ateliéru. „*Jsem rád, že se mi podařilo skloubit moje podnikání s dráhou učitele. Vzájemně se obě moje role doplňují, rozvíjí a posouvají mě dál.*“

Inspiraci pro svoji práci čerpá v okolní přírodě, kde také odpočívá a relaxuje po náročných dnech. „*Květiny jsou součástí krajiny a celá moje tvorba právě z přírody vychází. Svět kolem nás je prostě krásný!*“ Různé větvičky, listy, plody, kořeny a kořínky a další přírodniny jsou pro Matějovu tvorbu velice typické a často je ve svých kyticích využívá.



Nápadů na rozvoj svého podnikání má Matěj mnoho, aktuálně přemýšlí nad založením eshopu s květinami. „*Lidé tráví mnoho času na internetu a nechce se jim chodit do obchodů. Eshop by nabízel různé typově navázané kytice, ze kterých by si zákazníci mohli vybrat a v konfigurátoru si popřípadě kytici doplnit, zvolit cenu, velikost apod.*“

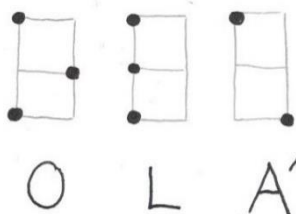
Květinový ateliér nedávno oslavil dva úspěšné roky fungování. I přes těžké začátky, kdy na konci dne bylo v pokladně sotva na svačinu, se vše postupně nastartovalo a rozjelo. „*Dělám, co mě baví a tvořím květiny ve svém ateliéru! Byly to dva roky plné práce, inspirace, úsměvů, radosti, dojetí, nezapomenutelných momentů, ale hlavně dva roky štěstí! Jsem rád, že mám okolo sebe úžasné lidi, kteří mi dávají energii a můžu tvořit a dělat květiny s láskou a úsměvem!*“ A všechna ta vložená energie, láska a úsměv z jeho květin sálá a dělá radost mnoha lidem v Litomyšli a širokém okolí.



Medailonek je navázaný na pracovní list: Náš podnik 6.1. (2. stupeň); Náš podnik 6.1. (1. stupeň).



Lucie Částková a Michaela Moravcová, hra Olá

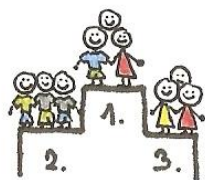
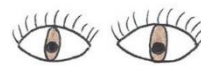


Odkaz na web: <http://www.coplay.cz/>

Video: <https://socialimpactaward.cz/project/spolecenska-hra-ola/>

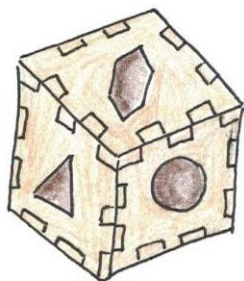
Vidím x nevidím – hrajeme si spolu¹

Společenské hry pro nevidomé? To je černá díra na českém trhu. Nápad na takovou hru se zrodil v hlavě studentce Lucii Částkové z Chocně. Lucie díky nevidomé spolužačce Míše přišla na nápad, jak pomoci dalším 10 tisícům Čechů s těžkým zrakovým postižením integrovat se do společnosti. „... zdravému člověku hra umožní vcítit se do prožitků nevidomého. Posláním hry je naučit lidi nebýt „slepý“ k problémům druhých. Na českém trhu není mnoho společenských her pro nevidomé a neexistuje žádná, kterou by si mohli zahrát dohromady vidomí s nevidomými a být na stejné vlně,“ přibližuje svůj projekt Lucie Částková. „My ale přicházíme s řešením, a to hrou, která je určena pro nevidomé i zdravé. Díky hře zažije zdravý člověk stejné pocity, jaké má nevidomý hráč, tím pádem spolu budou na stejné vlně,“ dodává druhá zakladatelka firmy Michaela Moravcová.



Společně se třetí spolužačkou založily dívky studentský podnik a se svou hrou uspěly ve dvou podnikatelských soutěžích určených pro středoškoláky. V dubnu roku 2018 v konkurenci dalších více jak padesáti získaly na Veletrhu studentských firem v Praze druhé místo.

¹ Medailonek úzce vychází a využívá části z těchto textů: Iveta Nádvoříková, Orlický denník.cz 1.2.2018: Olá. Jedinečný nápad Lucie pomáhá a baví nevidomé lidi (online). https://orlicky.denik.cz/zpravy_region/ola-jedinecny-napad-lucie-pomaha-a-bavi-nevidome-lidi-20180201.html (cit. 14.10.2019); Tereza Vaisová, Orlický denník.cz 19.6.2017: Hra pro nevidomé zaujala. Světová firma míří na světové finále. Olá! (online). https://orlicky.denik.cz/zpravy_region/hra-pro-nevidome-zaujala-studentska-firma-miri-na-svetove-finale-ola-20170619.html (cit. 14.10.2019)



Ze studentské firmy se slečny chystají udělat opravdovou firmu. Dle odhadů je prý zákaznický potenciál jejich nápadu slušný. Hru, kterou mohou hrát společně nevidomí a zdraví, dosud nikdo nevyrábí. „*Již se prodalo pět her, kvůli dalším soutěžím nyní necháváme vyrobit padesát dalších kusů,*“ uvedl učitel a vedoucí studentského projektu Radek Kroulík s tím, že hra by se měla v budoucnu prodávat za tři sta korun.

Jak se hra vlastně hraje? Cílem hry je najít pomocí hmatu dřevěné dílky v sáčku, zdravý člověk má přes oči šátek. V krabici je jedna dřevěná kostka. Ta má v každé straně vyřezaný jiný geometrický tvar, který musí hráč po hození kostkou nejdříve určit pomocí hmatu bez opory zraku. Hráč určí tvar, co „padl“, sdělí ho ostatním. Hráči hledají tvar ve svých sáčkích – kdo najde všech 10 dílků jako první, získává kámen vítězství. Vyhrává hráč se 3 kameny vítězství. „*Hru si vyzkoušelo už dvě stě zákazníků, a bavilo je to. Chceme se zaměřit na další typ sociálních her,*“ dodává Lucie Částková.



Medailonek je navázán na pracovní list: Náš podnik 6.2. (2. stupeň); Náš podnik 6.2. (1. stupeň).

Vladislav Rymasnyy, cukrář



„Pochopil jsem, že když člověk miluje svou práci, je to ten nejsladší pocit.“

Odkaz na web: <https://www.instagram.com/vladislavryasnyy/?hl=cs>



Věda a experimentovní v kuchyni

K smrti rád jedl sladkosti, asi jako většina dětí. Jenomže Vladovi brzy obyčejné zákusky přestaly chutnat. Rozhodl se, že bude péct vlastní. Proto si nakoupil si knížky, zaplatil on-line kurzy a začal se po večerech učit chemii. Většině lidí se to může zdát zvláštní, ale Vlado je přesvědčený, že cukrařina je věda. „Novodobá cukrařina není až taková sranda, jak si každý myslí. Jedná se o studium chemických reakcí za použití těch nejzajímavějších technologií“ popisuje. Díky svému zapálení pro sladké získal od sponzorů peníze, aby se mohl vydat učit do Barcelony od mistrů v oboru. Dnes sám vede cukrářské kurzy a plánuje si otevřít vlastní cukrárnu.

Rodiče ale nebyli od začátku jeho nadšení pro cukrařinu nakloněni. Přáli si, aby nastoupil na gymnázium, věnoval se jazykům a později studoval práva. Pro čtrnáctiletého kluka může být těžké vybrat si budoucnost rodičům navzdory. „Měl jsem jasno. Nic jiného jsem dělat nechtěl“, vzpomíná Vlado, jak si hned po základní škole vynutil přihlášku na gastronomickou školu. Postupně svým nadšením nakazil i rodiče. Nakonec to byl táta, kdo mu ze služebních cest vozil kaštanové pyrě a francouzské mouky nejvyšší kvality – suroviny, které byly pro mladého studenta jen těžko k sehnání.

Každé odpoledne po příchodu ze školy letí taška do kouta a Vlado zapíná troubu. V kuchyni tráví hodně času, je to pro něho místo velkých dobrodružství. Stále experimentuje a vymýšlí nové recepty. Přemýšlí o surovinách a jejich kombinacích. Rád pracuje s čokoládou, protože má podle Vlady skvělé vlastnosti. Donekonečna ho baví rozebírat její vlastnosti, s čím jde kombinovat a jak je možné ji tvarovat. Potřebuje pouze trochu fantazie a hodně znalostí. „Když se mi nějaký zákusek nepovede, nekompromisně letí do koše. Aniž by ho kdokoliv viděl nebo ochutnal. A zkouším ho dál. Jinak. Do té doby, než bude perfektní, abych se za něj nemusel stydět. Jsem perfekcionista“ říká Vlado o způsobu hledání nových cest. Jeho dorty jsou směsicí mnoha doplňujících se chutí a dokonalých tvarů.

Se svou cílevědomostí, houževnatostí a snahou o neustálé zdokonalování slaví Vlado úspěchy. V osmnácti letech sbírá Vlado jednu cenu za druhou a reprezentuje Česko v juniorském národním týmu Asociace kuchařů a cukrářů. Když ale mluví, uslyšíte čas od času slabý akcent: jeho maminka je ze Sibiře, tatínek se narodil na Ukrajině. On však žije v Praze od svých tří let a cítí se být Čech. V Česku plánuje zůstat. Nevylučuje však, že se časem vypraví do ciziny nabrat další zkušenosti.

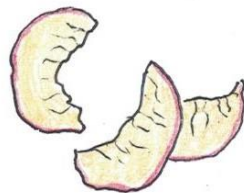
Úspěch má však i své stinné stránky. Na rozdíl od svých vrstevníků je většinu času sám a pracuje. S nikým nechodí a občas nemá čas ani na kamarády. I přesto by svou volbu nezměnil. Jak sám říká „Cukrařina je pro mě na prvním místě. Nedovedu si představit, že bych dělal něco jiného.“¹

Medailonek je navázaný na pracovní list: Náš podnik 1.4. (1. stupeň); Náš podnik 7.1. (2. stupeň).

¹ Medailonek úzce vychází a využívá části z těchto textů: Michaela Černá, iDNES.cz 30.3.2017: V osmnácti dělá světovou cukrařinu. Zákazníci ho našli na instagramu. (online) https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/vladimir-vlado-ryasnyy-cukrar-cesty-vzhruru.A170301_124648_domaci_mcn (cit. 28.8.2019); Český rozhlas, Region. Český zákusek jen tak někdo nevytlačí, říká Vladislav Ryasnyy (online) <https://region.rozhlas.cz/cesky-zakusek-jen-tak-nekdo-nevytlaci-rika-cukrar-vladyslav-ryasnyy-7553347> (cit. 28.8.2019); Česká spořitelna, Blog. (online) <https://www.csas.cz/cs/blog/clanky/uz-vim-250-000-kc-na-splneni-snu> (cit. 28.8.2019); Ministerstvo zemědělství, Zprávy z Ministerstva zemědělství listopad 2018: Češi jsou konzervativní, ale moderní zákusky začínají milovat. (online) http://eagri.cz/public/web/file/608628/Zpravy_z_MZe_11_2018.pdf (cit. 28.8.2019)



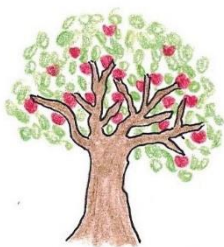
Tomáš Vejmla, výroba křížal



Odkaz na web: <https://www.facebook.com/tomaskovikrizalky>

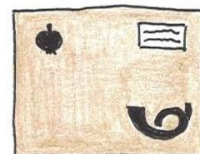
Počítač za jablíčka ze zahrady¹

Tomáš Vejmla z Mníšku pod Brdy měl sen. Stejně jako jiní kluci v 11 letech chtěl počítač, aby mohl hrát hry. Nicméně dárek za 21 tisíc korun se nevešel do hranic rodinného rozpočtu. Touha splnit si sen však byla silná, a tak se Tomáš za podpory svých rodičů rozhodl vydělat si na něj sám.



Jak by si ale mohl kluk v 11 letech vydělat 21 tisíc korun? Někdy se stačí podívat kolem sebe a využít příležitosti. Tomášova rodina měla u domu zahradu a zrovna se jim urodilo tolik jablek, že nevěděli co s nimi. Co třeba z nich vyrobit křížaly a prodávat je? I takto jednoduché to může být!

V říjnu tedy Tomáš začal s výrobou křížal. Odpoledne se Tomášův domov na několik hodin proměňoval na malou jablečnou fabriku. *"Zabalit krabice a napytlíčkovat mi trvá asi hodinu. A večer když krájíme jablíčka a dávám je do sušiček, tak nám to trvá jednu až dvě hodiny,"* vypráví mladý 'podnikatel'. Kromě výroby křížal sám vypisuje složenky, podací lístky, popisuje krabice a posílá balíčky poštou. Rodiče pomáhají s plněním sušiček, kupují pytlíky a krabice či tisknou samolepky.

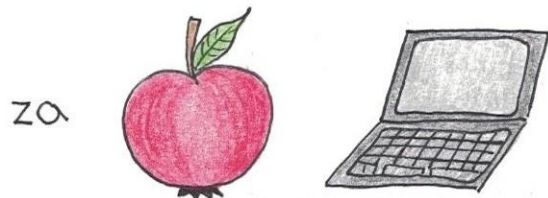


"Rodiče mi pomáhají, když přijdou z práce. Koupili mi první dvě sušičky a já si pak z těch peněz za křížalky koupil ještě dvě. Taky asi platí proud," říká Tomáš. *"Když mi přijde hodně objednávek, tak si k tomu sedne tatínek a diktuje mi, co si kdo objednal a já to zapisuju do sešitu, abych pak mohl*

¹ Medailonek úzce vychází a využívá části z tohoto textu jako zdroje informací: Anežka Poláčková, KlubInvestoru.com 10.6.2014: Tomáš Vejmla – malý podnikatel (online). <http://www.klubinvestoru.com/cs/article/2128-tomas-vejmla-podnikatel> (cit. 9.1.2020); Filip Horáček, iDnes.cz/zpravodajství 15.1.2014: V jedenácti letech rozjel byznys. Z peněz za křížaly si koupí počítač (online). <https://www.idnes.cz/ekonomika/domaci/v-jedenacti-rozjel-vlastni-byznys>. (cit. 9.1.2020)

připravovat krabice. Všechny peníze co dostanu, si můžu nechat. Tatínek hlídá, abych je neutratil a vydržel až na ten počítač," vypráví.

Jeden balíček křížal prodává Tomáš za 40 korun. Spočítal si, že výroba 544 balíčků, které potřebuje, aby měl dost peněz na počítač, mu se dvěma sušičkami zabere přes sto dní. Tak dlouho se mu čekat nechtělo, část zisku proto investoval do dalších sušiček. "Jde mi to teď už o hodně rychleji," s radostí dodává.



S prodejem začal nejprve v malém na školním knoflíkovém trhu, na vodáckém kroužku nebo na promítání filmů. Tomáš nadšeně nasušil tolik křížal, že by je na podobných akcích neměl šanci prodat. Zrodil se proto nápad nabízet je na Facebooku. Tatínek založil facebookovou stránku „Tomáškovy křížalky“ a přizval k podpoře, sdílení a nákupu křížal své přátele. První objednávka přišla do deseti minut a ještě téhož večera se seběhly další, celkově asi na 25 balíčků. Za několik měsíců měla stránka na Facebooku tisíce fanoušků. Na profil začal Tomáš vkládat fotografie z výroby, zprávy, jak se mu při práci daří, a odpovídal na objednávky.

Křížaly Tomáš vyráběl několik měsíců a na počítač si vydělal, nakonec jej však dostal darem od jednoho z tuzemských prodejců elektroniky (Alza). Námaha se mu zúročila dvojnásobně, přesto však ušetřených 20 tisíc nechce utratit do poslední koruny.



Na dotaz novináře „A co bude dál s tvým byznysem?“ Tomáš odpovídá: „Já sám nevím, ale určitě udělám všechny objednávky, které mi přišly. Můžu pokračovat dál, protože hodně lidí psalo, že mi pomůžou, že mi udělají web, psali mi právníci, různé balíkové služby, takže já si to ještě rozmyslím.“ Se stoupající popularitou se Tomášovi ozývala řada firem. Nabízely, že budou odebírat poštu, dodávat krabice, nebo rovnou hotové křížaly. Pokud však mladý byznysmen bude nějak pokračovat, nejraději by vše dělal sám.

Než začnete podnikat podobné aktivity jako Tomáš, je dobré se poradit s dospělými o pravidlech, která je třeba dodržovat. Pro založení profilu na Facebooku je podmínka dosažení věku 13let. Dále je dobré si ověřit, zda byste neměli vydávat potvrzení o přijetí finančních prostředků za vaše výrobky nebo služby a zda a jakou daň byste měli z prodeje zaplatit.

2

Medailonek je navázaný na pracovní list: Náš podnik 9.1. (2. stupeň); Náš podnik 9.1. (1. stupeň).

2 <https://www.businessinfo.cz/cs/clanky/prilezitostny-prijem-u-podnikatelu-musi-se-danit-a-je-mozne-ho-odecist-z-nakladu-65322.html>

Rodina Cihlářova, Včelí farma Cihlářovi



Odkaz na web: <http://www.med-cihlarovi.cz>

„No tak do toho teda půjdem!“¹

„No tak do toho teda půjdem!“ Řekla paní Boháčová svému manželovi, když se společně dívali na polorozpadlou a zároveň velmi rozsáhlou usedlost, kterou pan Boháč (ml.) získal v roce 1992 zpět do svého vlastnictví. Usedlost, která svou impozantností musí uchvátit snad každého návštěvníka obce



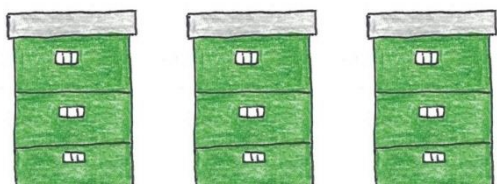
Kopeč, pochází z druhé poloviny 19. století. V roce 1947 jí zakoupil pan Ladislav Boháč, otec pana Boháče (ml.), který do té doby hospodařil ve Staré Boleslavi. Věnoval se zde chovu skotu, prasat, koní, drůbeže, holubů a v neposlední řadě měl i 50 včelstev. V roce

1950 však bylo hospodářství zestátněno a jeho majitel nuceně vystěhován.

Na práci svého otce mohl pan Boháč (ml.) navázat až v 90. letech minulého století. Usedlost se po navrácení nacházela ve velmi špatném stavu. Pan Boháč musel mít spolu s rodinou notnou dávku odvahy a víry, aby byl schopen radikálně změnit svůj život, přestěhovat se na statek, začít hospodařit a zároveň rekonstruovat vše, co bylo potřeba. Přeměna na slušné místo pro život a podnikání trvá dlouhou dobu a stále ještě pokračuje. Pan Boháč se ve svém podnikání zaměřil hlavně na rostlinnou výrobu, pěstování zeleniny a drobný chov prasat. Až v roce 2000 se s příchodem pana Petra Cihláře (nyní zeť pana Boháče ml.) na statku znovu objevují včely. Sám k tomu dodává: „Začínali jsme se třemi včelstvy. Od minulého roku máme 1200 včelstev, ale to už je asi opravdu náš strop.“

¹ Medailonek úzce vychází a využívá části z tohoto textu jako zdroje informací: Šárka Gorgoňová, *Asociace soukromého zemědělství: Včelí farma Cihlářovi - vítěz soutěže Farma roku 2017* (online). <https://www.asz.cz/cs/soutez-o-farmu-roku/farma-roku-2017/> (cit. 9.1.2020); webových stránek Farma Cihlářovi <http://www.med-cihlarovi.cz/o-nasi-farme/historie-a-soucasnost/> (cit. 9.1.2020)

Když se na statek Petr Cihlář přišel, poměrně záhy zjistil, že daný rozsah hospodaření další rodinu neuživí a rozhodl se v praxi zúročit své znalosti, které získal od svého dědy včelaře. „Brával mě, zabaleného do hadrů od hlavy až k patě, k úlům už jako malého kluka. Vysvětloval mi, jak se o včelky starat a jak vytáčet med.“



Vzhledem k množství včelstev a ambici vyrábět skutečně kvalitní produkci, zřídili mladí farmáři v roce 2005 v prostorách statku moderní medárnu a stáčírnu medu, kde se každoročně vyrobí několik desítek tun této sladké dobroty.

Tu Cihlářovi prodávají v obchodě přímo na farmě i prostřednictvím velmi dobře zavedeného vlastního e-shopu, ale také v různých prodejnách a na trzích. Kromě toho si ji zákazníci mohou zakoupit spolu s dalšími farmářskými potravinami prostřednictvím služby Nákup z farmy.

Nabídka výrobků z Cihlářovic farmy je velmi pestrá, svou nejoblíbenější příchutí si jistě najde každý. Lze vybírat buď klasické jednodruhové medy včetně pastovaných, ale také ochucené až po vyložené speciality, jakou je třeba dětmi velmi oblíbený medový čokomls - zdravá náhražka Nutelly. Nechybí ani ořechy či zázvor, rakytník nebo skořice v medu, na povzbuzení je výborná kávačka v medu.

Práce celé rodiny se postupem času zúročila a důkazem toho je také ocenění Farma roku, kterou získali v roce 2017. Petr Cihlář k tomu za celou rodinu uzavírá:

*Farma
roku
~2017~*

„Dvě generace, Janiny rodiče a my, jsme to tu takřka nepřetržitě dávali dohromady, budovali a budovali. Často byla špatná úroda, zpočátku jsme příliš neuměli zobchodovat med, ale to už je naštěstí za námi. Pro Honzu s Matějem, pokud budou chtít, už ta cesta bude o dost volnější a snad i svobodnější. Moc bychom si to všichni přáli.“

Medailonek je navázaný na pracovní list: Náš podnik 10.2. (2. stupeň); Náš podnik 10.2. (1. stupeň).

Učíme se podnikavosti

Medailonek podnikavého člověka:
Barbora Vilišová



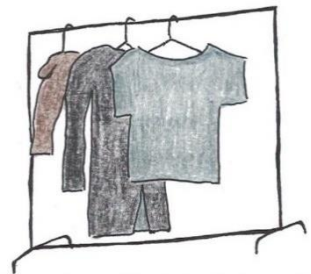
Barbora Vilišová, WIN WIN love



Poklady z druhé ruky

Začalo to „nevinným“ prodáváním nošeného oblečení přes sociální sítě a vznikl z toho zcela soběstačný byznys. Módní značku WIN WIN love založila Barbora Vilišová během svých studií a dnes se svou zálibou v hezkém oblékání živí. Podstatou její značky jsou ručně přešívané oděvy ze secondhandů, které tak získávají druhou šanci.

Jak ale vůbec vznikl nápad obrážet second handy, vybírat z nich to nejlepší, následně upravovat střihy či velikosti a až pak to začít nabízet zákazníkům? „Nešlo o žádný předem promyšlený koncept, celé to vznikalo dost náhodně a organicky,“ vysvětluje Barbora. Před lety se přestěhovala do Prahy kvůli studiu na vysoké škole a jako každý student měla hluboko do kapsy. Přesto se chtěla dobře oblékat, a tak objevila kouzlo second handů. Nakupovala v nich zajímavé kousky a přešívala si je podle svých představ. Když se tak probírala stovkami kusů oblečení z druhé ruky, zjišťovala, že na rozdíl od současných produktů „fast fashion“¹ jsou ušity



¹ **Fast fashion** (zrychlená móda) – Pojem spojený s výrobci, kteří si kladou za cíl přenést nejnovější trendy z přehlídkových mol v co nejkratším čase do obchodů cenově dostupných pro běžné zákazníky. Cenou za rychlost je nejen nižší kvalita jimi prodáváného zboží, ale především špatná úroveň pracovních i životních podmínek zaměstnanců textilních továren, které se u fast fashion téměř bez výjimky nacházejí v rozvojových zemích jako jsou např. Kambodža nebo Bangladéš.

Sustainable fasion (udržitelná móda) – Postupně se rozvíjející odvětví módního průmyslu, které se zabývá navrhováním a výrobou módních produktů, jež nijak neškodí životnímu prostředí ani obyvatelům planety. Udržitelná móda často používá přírodní recyklované nebo alespoň dodatečně recyklovatelné materiály, produkty nevyrábí průmyslově a před kvantitou upřednostňuje kvalitu. Právě kvalita umožňuje každý jednotlivý kus oblečení plně využít, což odbourává „nutnost“ neustále nakupovat další a další svršky a podporovat tak bezesporu neetickou a nevýhodnou fast fashion.

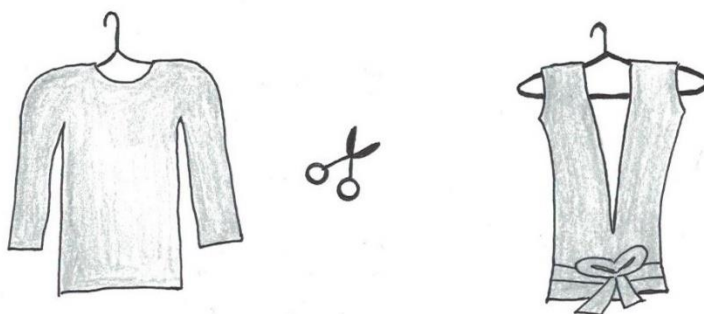
Učíme se podnikavosti

SCHOLA EMPIRICA



Medailonek podnikavého člověka:
Barbora Vilišová

z kvalitních materiálů a často mají nadčasový střih. Upravit je, aby odpovídaly současnému stylu a dát jim tím druhou šanci na život nebylo příliš složité. Své přešité modely nabízela nejprve na facebooku, aby si trochu přivydělala. Byl o ně však tak velký zájem, že se na filozofii udržitelné módy rozhodla založit podnikání. Tak se zrodila značka WIN - WIN love.



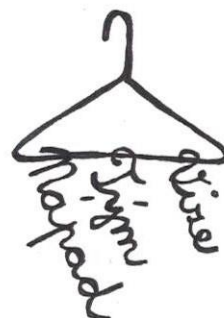
Brzy po jejím vzniku následoval i zrod e-shopu a otevření kamenné prodejny v Míšenské ulici v centru Prahy. Aby se Bára svou značku jasně profilovala, stanovila si kodex, podle kterého oblečení pro svou značku vybírá:

„Soustředím se hlavně na zemité barvy: černou, šedou, bílou a denim. Řeším i původ, nikdy proto nekupuji věci z fast fashion. V neposlední řadě se samozřejmě ohlídám i na kvalitu zpracování. Je důležité, aby všechno oblečení ve WinWin love bylo v co nejlepším stavu, vlastně skoro nenošené. Myslím si, že právě díky dodržování tohoto kodexu se od ostatních sekáčů lišíme, jsme lehce rozpoznatelní.“

Co je ale kromě počátečního nápadu nezbytné pro úspěšné fungování podnikání?

Podle Báry je to nalezení dobrého týmu lidí, kteří sdílejí společnou vizi, a tou je zpřístupnění módy šetrné k životnímu prostředí co největšímu okruhu zákazníků.

Stejně jako hlavní zakladatelka, i její zaměstnanci považují šetrné chování k životnímu prostředí jako klíčové, stylové oblékání však také. Oděvy pro ně nejsou pouze „hadry“ na jednu sezónu. Každý oděv má svůj příběh, který není



Učíme se podnikavosti

SCHOLA EMPIRICA



Medailonek podnikavého člověka:
Barbora Vilišová

k zahození. Bára a její kolegyně tyto příběhy ctí a dokážou na ně navázat. Současně tím snižují poptávku po novém oblečení a šetří tak životní prostředí pro budoucí generace.

Kromě správně zvoleného konceptu a lidí, kteří se s vámi na jeho vytváření podílejí, je však také nutné dobře zvládat propagaci. Barbora z vlastní zkušenosti potvrzuje, že v této oblasti je nejlepší se soustředit na sociální sítě, hlavně Facebook a Instagram. „Všechno oblečení, co přidám na Instastories, se okamžitě prodá. Je fakt nutné si na to udělat čas.”



Medailonek je navázaný na pracovní list: Náš podnik 10.3. (2. stupeň)



Chráníme mořské želvy z.s.



Odkaz na web: <http://www.morskezelvy.cz/>

Jít si za svou ideou...

„Jak vznikají šnečí domečky? A jak to, že šneci ten domeček unesou?“ Takové otázky kladla malá Hanka svým rodičům často. Zajímala ji všechna zvířátka, která kde zahlédla, ale nejvíc ji fascinovala ta, která si nosila s sebou vlastní domeček. Na konci první třídy měla Hanka na vysvědčení samé jedničky a rodiče jí slíbili za dobré známky odměnu. Jejím jediným přáním bylo mít doma želvičku. A tak se začal odvíjet příběh holky z malé vesnice poblíž Mělníka, která k dnešnímu dni zachránila tisíce mořských želv.

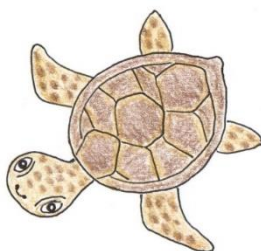
Čím víc o želvách věděla, tím víc jí přirostly k srdci a měla touhu jim pomáhat a chránit je. V červnu roku 2011 ukončila studium na katedře Ekologie Přírodovědecké fakulty UK v Praze, kde se v bakalářské i magisterské práci zabývala mořskými želvami a příčinami jejich ohrožení. Nezůstala ale u teorie, své vědomosti začala uplatňovat v praxi. Založila organizaci sdružující experty i dobrovolníky, kteří hlídají nakladená vejčka karet obrovských před vylíhnutím či je přemísťují do bezpečí před pytláky. Svůj první projekt na ochranu želv odstartovala v Indonésii, dnes její organizace „Chráníme mořské želvy“ působí i na řadě dalších míst.

Hana se snaží celosvětově zefektivnit ochranu mořských želv. Mořské želvy jsou na světě už 110 milionů let, ale za posledních 70 let na mnoha místech jejich populace klesla i o více než 90%. Jejich místo v rámci ekosystému moří je však velice důležité. Proto vytváří manuál, který pomůže ochráncům želv dělat svou práci opravdu efektivně a smysluplně. Hana pomáhá centrům se zlepšovat v přímé ochraně želv, podporuje je, aby se věnovaly

vzdělávání dětí a práci s místními komunitami. A ve své práci slaví úspěchy. Může být hrdá na to, že do dnešního dne před pytláky pomohla uchránit 2 500 000 želv¹.

K dosažení úspěchu však vedla dlouhá a namáhavá cesta. Mladým, kteří si našli svůj sen či nápad jak se uplatnit, Hanka doporučuje následující: *„Jít si za svou ideou, čestně a trpělivě, vydržet, i když to někdy vypadá, že to nejde, protože pokud ta vize dává smysl, přijde čas, kdy to fungovat bude. Doporučuji také najít si tým lidí, který bude pro vaši vizi stejně zapálený.“*

Pro Hanku je důležité, aby ji její práce bavila a dávala smysl. Sama k tomu dodává: *„mám pocit, že i jedinec zvládne změnit mnoho, stačí si vybrat kterýkoli problém světa a začít pomáhat a tenhle svět bude lepší...“*²



¹ Zdroj: Michaela Černá, Frobes 7.2.2020: Nikdo nevěděl, jak na to, vzpomíná česká bioložka, která učí Indonésii chránit mořské želvy. (online) www.forbes.cz (cit. 29.3.2020)

² Medailonek úzce vychází z: přepisu rozhovoru besedy Hany Svobodové s žáky v ZŠ Zbiroh (pod vedením paní učitelky Tláskalové); z textů na webových stránkách organizace „Chráníme mořské želvy“; Příběh holky, která chrání mořské želvy, Hana Svobodová TEDx Talks: <https://www.youtube.com/watch?v=kqLjPsE1k9k> (cit. 29.3.2020); Michaela Černá, Frobes 7.2.2020: Nikdo nevěděl, jak na to, vzpomíná česká bioložka, která učí Indonésii chránit mořské želvy. (online) www.forbes.cz (cit. 29.3.2020)

Podnikaví sedmáci z Litomyšle



Odkaz na web: <https://www.litomysl.cz/2zs/trida-8-b-2019/podnikavi-sedmaci-i2161/>

Namixuj si výlet

Vyřešit problém kolem sebe a ještě si vydělat na školní výlet, tak vznikl projekt „Nebůůůď smutný, dej si smoothie!“, žáků ze Základní školy Litomyšl, U školek 1117, okres Svitavy. Jednou za 14 dní dostávají všichni žáci v rámci projektu Mléko do škol jednu či dvě krabičky mléka. O



obyčejné mléko mezi dětmi však ve škole není příliš zájem. „Mléko se dlouho válelo všude po třídě, někteří spolužáci s ním dělali různé hlouposti a s mlékem šeredili,“ dodává Klára.

Nejprve bylo potřeba vymyslet, jak by se dalo nechtěné mléko smysluplně zužitkovat, tak aby se s ním neplýtvalo. Nápadů byla velká řada od darování potřebným, zvířatům, až po různé mléčné výrobky. „Chtěli jsme z mléka udělat něco dobrého, zdravého a zároveň jednoduchého, tak abychom to byli schopni udělat ve školních podmínkách. V současnosti jsou populární různé mixované nápoje, jako je smoothie, či shake, tak jsme se pustili do výroby smoothie,“ shrnuje nápad Jakub. Aby byl projekt úspěšný, bylo ho potřeba dobře promyslet a pečlivě připravit. Jedním z prvních důležitých faktorů byla podpora ze strany vedení školy, která projektu dala zelenou. Dalším klíčovým faktorem se stalo dobré rozdělení jednotlivých úkolů lidem, dle jejich silných stránek a schopností. „Vítek s Kubou se pustili do tvorby jednotlivých receptů, Anička si



vzala na starost kalkulaci cen, tak abychom neprodělávali a celý projekt byl udržitelný. Klára je výtvarně zdatná, tak navrhla a následně vytvořila naše kraví logo. Další se pustili do polepování kelímku logy, zkoušky receptů, reklamy, nákupu surovin, všichni si našli to, co budou mít na starosti,“ popisuje celý proces vzniku projektu Stella. Od prvopočátku se projekt snaží myslet i na přírodu a

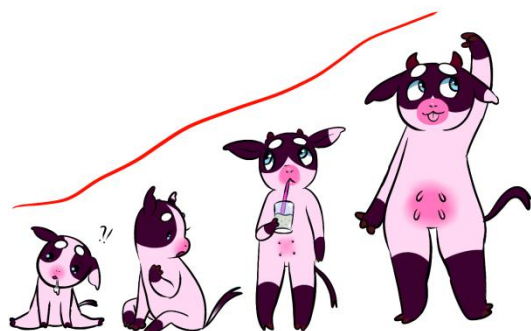
ekologii, všechnen odpad je pečlivě roztríděn, smoothie se podává v papírových kompostovatelných kelímcích. V den, kdy se mlíčka do školy dovezou, už někteří nedočkavci čekají u dveří školní kuchyňky, aby skvělé smoothie dostali jako první. V některých dnech je nápor zájemců tak veliký, že se musí na „rychlo“ do obchodu pro nové mléko.

V nabídce, která se dle sezónního ovoce průběžně mění, je vždy okolo šesti druhů. K nejvíce oblíbeným patří klasicky banánový a také banán v čokoládě. Všechny smoothie se prodávají za cenu 8 až 10 Kč. „Pokud si děti donesou vlastní mlíčko, mají ještě dodatečnou slevu,“ vysvětluje finanční stránku a prodejní strategii Anička.



Jak celý projekt postupně nabíral na obrátkách a byl úspěšný, objevila se další výzva. „Přihlásili jsme se do Soutěže malých podnikatelů, ve které se soutěžilo o nejlepší podnikatelský záměr. Velkou radost nám udělal už samotný postup do pražského finále. Na finále jsme se pečlivě a dlouho připravovali. Pilovali jsme naši prezentaci, jejíž součástí bylo i namixování smoothie účastníkům přímo na podiu, sjednotili jsme náš stejnokroj,“ popisuje Klára přípravy na soutěž. „Nepodcenili jsme prostě žádný detail. Náš projekt zaujmul odbornou porotu natolik, že jsme celou soutěž vyhráli. Porotci ocenili promyšlenost a připravenost celého projektu. Odměna za první místo byl školní výlet, na který jsme si chtěli na začátku projektu vydělat,“ líčí své dojmy ze soutěže Kuba. Kdo by si na začátku pomyslel, že školní výlet lze prostě a jednoduše namixovat.

V současnosti se smoothie mixuje o velkých přestávkách v týdnu, kdy probíhá zavážka mléka do škol. Vždy má „službu“ jedna ze dvou mixovacích skupin. „Museli jsme trochu snížit a upravit frekvenci mixování, protože to bylo hodně časově a organizačně náročné, a výuka má prostě přednost,“ popisuje současný stav Vítek. O tom, že se zrovna smoothie vyrábí, informuje hlášení ze



školního rozhlasu. „Na podzim jsme nabídli naším „zákazníkům“ novou příchuť jablko se skořicí a běží další slevové akce, jako desáté smoothie zdarma apod. Těch nápadů, co by šlo ještě udělat a vylepšit, je hodně. Snažíme se přijít i s produktem pro děti, které mají laktozovou intoleranci,“ líčí plány Kuba. Aktuálně se

během jednoho mixování obslouží okolo 50 zájemců. „Od začátku roku mixujeme na několika mixérech, které jsme pořídili, tak abychom uspokojili co nejvíce zájemců, v co nejkratší době,“ doplňuje Kubu Vítek.

Projekt „Nebůůď smutný, dej si smoothie“, se neustále rozvíjí a nabalují se na něj další aktivity. Aktuálně vznikl zábavně vzdělávací program pro předškoláky „Cesta za smoothiem“. Budoucí prvňáčci v něm plní různé úkoly, které rozvíjí jejich pohybové a motorické, ale i třeba logické dovednosti. „Všechny úkoly jsou motivované jednotlivými surovinami, ze kterých naše smoothie vyrábíme. Děti trhají na opičí dráze banány, skládají tabulky čokolády, či jako včeličky sbírají pyl na sladký med. Jako odměnu za splněné úkoly dostanou naše lahodné smoothie,“ popisuje další aktivity Anička.

Celý projekt si společně organizují a řídí Anička, Burák, Dominik, Dáda, Fanda, Honza, Iva, Janča, Klára & Klára, Kuba, Máťa, Monika, Nella, Stelča a Vítek. Všichni oceňují, jaké příležitosti a zkušenosti jim projekt přinesl. „Rád bych si jednou otevřel svůj vlastní podnik, proto jsem moc rád, že si to můžu takhle vyzkoušet,“ nastiňuje Kuba své kroky do budoucna. „Jsme moc rádi, že celý projekt splnil vše, s čím jsme do něj šli a proč jsme ho vymysleli. Ve škole se nepovalují krabičky s mlékem, děti se opět mléko naučily pít a my jsme si užili skvělý výlet,“ uzavírá celou věc Klára. „Tak nebudte smutný a dejte si naše smoothie!“¹



¹ Text medailonku je autorským dílem žáků ZŠ Litomyšl pod vedením pana učitele Jana Coufala.