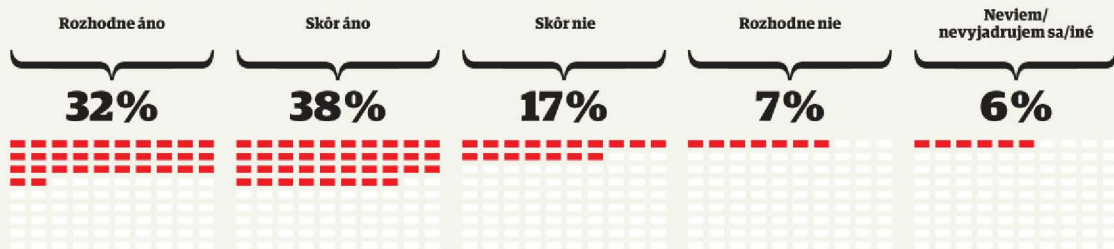


Míňate v súčasnosti viac peňazi na zážitky než na veci?



Trendom posledných rokov má byť odklon ľudí od materiálnych vecí a väčší záujem o zážitky. Je to naozaj tak?

strana 32

Kto a ako hlasoval?

Úplný zoznam respondentov všetkých TREND barometrov, ich odpovede na otázky a osobné komentáre k téme nájdete na www.etrend.sk/barometer. 98 vybraných osobností slovenskej ekonomiky hlasovalo elektronicky medzi štvrtkom 27. 7. 2017 a pondelkom 31. 7. 2017. Kvôli zaokrúhľovaniu na celé čísla sa súčet odpovedí nemusí rovnať 100%.



Matej Bošňák, vedúci partner EY na Slovensku, EY v SR

(skôr áno): Zážitky (a najmä tie s rodinou a blízkymi priateľmi) zostávajú trvalou súčasťou môjho ja na rozdiel od materiálnych vecí, ktoré sú veľmi ľahko pomínuteľné.

Mária Džundová, obchodná a marketingová riaditeľka, TNT Express

(skôr áno): V súčasnosti vedú zážitky: kultúrne a cestovateľské vo väčšine, okrajovo športové. Dôvodom je fakt, že nemám potrebu momentálne kupovať veci – domácnosť zariadená, auto v poriadku, šiat nad hlavu. Akurát si občas doprajem, ako pravá žena, pekné topánky, parfum alebo šperky.

Andreas Kreutz, konateľ, Tailor Made

(skôr áno): Kvalitné veci vydržia dlho, ale pekné zážitky na celý život.

Peter Bahník, Head of Leasing, P3 Logistic Parks

(rozhodne áno): Zarábame peniaze, aby sme ich následne míňali, a keď sa nám podarí niečo ušetriť na „zlé časy“, je to v preklade míňanie peňazi na neočakávané udalosti. Materiálny svet, v ktorom žijeme, je postavený na spotrebe, výrobe, investíciách a úsporách obyvateľstva, ale všetko to je

podmienené existenciou peňazi, ktoré vo finále opäť len použijeme na ukojenie svojich potrieb ako zážitkov, pekných vecí alebo moci ovládať systém. Sme zajatci vlastných potrieb a páči sa nám to.

Martin Kostič, riaditeľ, Emark

(skôr áno): Každý má také zážitky, aké si urobí. Netreba na to nevyhnutne peniaze, skôr stav mysle. Čo je však pre dobrý zážitok kritické, sú ľudia, s ktorými ho človek prežije. No a aj pritom, samozrejme, platí, že zážitok nemusí byť dobrý, hlavne nech je silný...



Marcela Tokošová, riaditeľka, v.d. Kovotvar

(skôr áno): Veci sú dočasné, zážitok trvalý...

Dušan Synak, generálny riaditeľ, Sylex

(rozhodne áno): Preto, že mám veci priveľa. Viac ako som schopný vôbec využiť.

Miron Zelina, člen predstavenstva a vrchný riaditeľ úseku privátneho bankovníctva, Privatbanka

(rozhodne áno): Neznášam hromadenie vecí, takže jednoznačne uprednostňujem zážitky. Na druhej strane si uvedomujem, že ceny akcií akciových spoločností, ktoré

vyrábajú „veci“, sa odvíjajú od ich tržieb a ziskov, takže som presvedčený, že v konzumnej spoločnosti budú mnohí naďalej tie veci hromadiť bez ohľadu na to, či ich potrebujú...

Miroslav Krempaský, CEO, Millennium

(rozhodne áno): Zážitky zažívame s ľuďmi a môžeme potom na ne spolu spomínať. Veci sa použijú, opotrebojú a kúpia nové.

Simona Mištiková, konateľka, Divino

(rozhodne áno): Už moja stará mama, ktorá ešte zažila vojnu, hovorila, to, čo máš v hlave, ti nikdy nezoberú. V duchu tohto hesla pristupujem kompletne k celému životu. Nepotrebujem vlastniť, stačí si prenajať a s menšími záväzkami sa potom voľnejšie cestuje a rieši voľný čas.

Martin Krekáč, vedúci partner, Jenewein Group

(rozhodne áno): Ako odpoveď sa ponúka celý rad zdanlivých klíš. Ale je to naozaj tak. Človek môže v jednej chvíli sedieť len na jednej pohovke alebo v jednom aute. Avšak to, čo zažije a čo z toho ziska, sa po celý zvyšok života premieta nielen do osobného rozvoja, ale aj do spôsobu myslenia a konania vo všetkom ostatnom vrátane pracovného života či vlastného podnikania.

Boris Lorenc, predseda predstavenstva, Camase

(skôr nie): Vo všeobecnosti sa však nákup zážitkových vecí zvýšil, k čomu vo veľkej miere prispeli zľavové servery, ktoré umožnili nakupovať zážitky (predovšetkým pobyty) aj vrstve, ktorá dovtedy na ne nemala prostriedky. Na úspech

zľavových serverov mal vplyv názorový posun v spoločnosti na darček vo forme poukážky alebo vouchera, čo je dnes nielen akceptované, ale aj vítané zo strany obdarovaného.



Tomáš Kalivoda, riaditeľ sekcie komerčného poistenia, Union poisťovňa

(rozhodne áno): Lebo žijeme len raz a kvalitný čas strávený s blízkymi si cením najviac.

Filip Vitek, CRM director, Medioworx software solutions

(rozhodne áno): Ale je tak len preto, že aj nákup bežných vecí je, žiaľ, v našej krajine často zážitkom.

Martin Kultán, generálny riaditeľ, Dôvera

(rozhodne nie): Najkrajšie zážitky sú lacné alebo dokonca zadarmo.

Peter Patek, konateľ, Plastix

(neviem/nevyjadrujem sa/iné): Zážitky a veci nemožno často oddeliť. Iste nie je zážitkom šoférovať trabant, iné to môže byť s ferrari. Čo je však horšie, zážitkom môže byť aj vlastníť ferrari. A to už signalizuje nadradenie vecí nad zážitkom. Zážitok je pocit – zážitkom je rýchla jazda, nie ferrari. Škoda, že v dnešnom svete pribúda vecí a na zážitky akosi nie je čas.