

# Madam<sup>®</sup> BUSINESS

PROSPERITA

září 2016

## Prolíbaný déšť

Eva Brixí

Když liják laská zemi  
Když prší tričko z ramen  
A den se s nocí mísí v jedno  
Nechce se mi vstávat  
Z lenošení u kachlových kamen

Když mraky vraští čelo  
Když ve snu svírají mi tělo  
Do objetí blesků hromů  
Vplétám se já  
V jinotajném stesku do kořenů stromů  
Proudy kapek ostře crčí  
Podpisují pravdy do listů i do jehličí

Když nedočkavě kráčím navzdory  
Omamnému diktování přírody  
Svým lesem klikatým  
Jsem kapsa nových vzpomínek  
Vstříc náladám hebkým jak mech  
Už projíždím ti dlaně po zádech  
Déšť hojí tvoje rány  
Ostatní kapitoly už byly totiž prolíbány

# Vlasta Mayerová

Krásné lodičky na vysokém podpatku  
zdravé být nemohou

rozhovor na stranách 10–12

## Grace'n'Glamour – Fashion and the City

Každá dámská šatní skříň si zaslouží alespoň jeden designérský kousek, který dokáže i z nudného dne udělat svátek. V sobotu 8. října bude výběr těch nejlepších úlovků do vašeho šatníku jednoduchý, zábavný a pohodlný.

Prodejní prezentace Grace'n'Glamour s podtitulem Fashion and the City v Gallery Lucerna představí aktuální kolekce F/W dvacítky českých návrhářů a šperkařů. Inspiraci pro outfity nadcházející sezony nabídnou nejen vystavující designéři, kteří budou na akci osobně přítomni, ale i módní přehlídka, která celodenní událost završí. Mezi vystavujícími se mimo jiné objeví Jana Minaříková, Ivana Follová, Eliška Tomková, Piaf Design nebo Jaroslava Procházková.

[www.gracenglamour.cz](http://www.gracenglamour.cz)



# System managementu kvality musí sloužit vám, ne vyjemu



Ing. Elena Stibůrková

**O které služby projevují největší zájem podnikatelé a manažeři?**

Řekla bych, že v poslední době se hodně zvýšil zájem o školení a získávání personálních certifikátů. A to je dobře. Žijeme ve strašně hektické době, neustálý konkurenční tlak by měl ještě více nutit organizace, aby se dlouhodobě a strategicky zabývaly rozvojem svých zaměstnanců a uvědomovaly si, že nahradit zaměstnance je velice složité a drahé. Se zaměstnanci odchází i jejich vědomosti, které mohou být a mnohdy jsou základem růstu organizací a jejich bohatstvím. Zaměstnanci jsou znalci procesů, bez nich to nejde. V zájmu každé organizace by mělo být, aby management znalosti svých zaměstnanců permanentně rozvíjel a zajistil, že budou k dispozici všem, kteří je mohou potřebovat.

Vidím vzdělávání i jako jeden z nástrojů motivace – jako spravedlivou odměnu, jako podpůrný prostředek osobního růstu zaměstnanců, vždyť téměř každá činnost v organizaci je realizována člověkem a ten je jedním z nejdůležitějších zdrojů, které organizace potřebuje. Je třeba o něj pečovat!

**Zlepšuje se kvalita managementu českých firem, stoupá úroveň řízení?**

Narůstající potřeby organizací, nové podnikatelské aktivity, stále větší a náročnější požadavky zákazníků zvyšují rovněž nároky na management a na úroveň řízení.

Já už hodně pamatuji, ale i v minulosti byli manažeři skvělí, dobří a „nemanazerští“ – tedy špatní. A řekla bych, že tak je tomu i dnes. Trošku zavzpomínám... Když jsem před 33 lety po studiu na vysoké škole nastoupila do výrobní organizace, můj start v rámci ročního

adaptačního procesu byl ve dvousměnném provozu ve slévárně oceli. Jednou na odpolední směně se u mě zastavil menší příjemný chlapík a zeptal se mě „Jak se vám u nás líbí, paní inženýrko?“ Musím říci, že odpolední směna mě odbourávala, ale nějaký šestý smysl mi našeptal, abych nebyla hubatá,

protože ten člověk má asi opravdu zájem. Odpověděla jsem, jak, to už nevím, a ani to není důležité. Přesto mě ten zájem natolik zaujal, že jsem pátrala, kdo to vlastně byl. Velice mě

**Vidím vzdělávání i jako jeden z nástrojů motivace – jako spravedlivou odměnu, jako podpůrný prostředek osobního růstu zaměstnanců, vždyť téměř každá činnost v organizaci je realizována člověkem a ten je jedním z nejdůležitějších zdrojů, které organizace potřebuje. Je třeba o něj pečovat!**



**Touha po kvalitě i kvalita jako základní prvek úspěchu na trhu je jedním ze základních atributů dnešního tržního hospodářství. Na jedné straně ji bereme jako**

**samozřejmost a nutnost, na straně druhé cítíme, jak moc potřebujeme k jejímu prosazení do praxe vůli, odhodlání, vytrvalost, nástroje a systémy, které otevírají ty správné dveře. O tom jsem hovořila s Ing. Elenou Stibůrkovou, předsedkyní České společnosti pro jakost:**

**Co dnes Česká společnost pro jakost může firmám nabídnout?**

Jsme nezávislý a nepolitický spolek sdružující široké spektrum osob a organizací působících v různých oborech. Naše zaměření vychází z managementu kvality, který se postupem let orientuje i na jiné systémy managementu. Nejen našim členům nabízíme komplexní služby v oblasti systémů managementu, nástrojů managementu kvality, ale i další oblasti na tyto aktivity navazující.

Co tedy můžeme nabídnout? Můžete si u nás zakoupit publikace, a to jak díla původní – českých autorů, tak překlady různých zahraničních publikací, a nemůžu nezmínit velmi žádané publikace pro oblast automobilového průmyslu, které překládáme, vydáváme a distribuujeme na základě exkluzivních smluv a také, díky spolupráci s ÚNMZ, spolupracujeme na komentářích a vydáváme komentovaná vydání norem pro systémy managementu. Dále nabízíme širokou škálu vzdělávání v otevřených kurzech a uzavřených školeních přímo v organizacích, přičemž tato aktivita je dále doplněná o pořádání seminářů a konferencí. Velkou prioritou je početný tým lektorů

a přednášejících – vždy odborníků na přednášenou problematiku s praxí v oboru. Díky akreditaci EOQ a ČIA pro certifikaci osob působících v oblasti managementu kvality, EMS, BOZP a dalších oborech jsme schopni nabídnout i získání personálních certifikátů stvrzujících způsobilosti, ke kterým byly vydány. Komplexnost našeho snažení předložit ucelený balíček všeho, co dnešní organizace potřebují, je certifikace akreditovaných oborů systémů managementu a certifikace produktů. Pro rozšíření našich služeb vzniklo v rámci našeho spolku Centrum excelence a Centrum technické normalizace, kde zpracováváme nejen „kvalitářské“ normy, ale poskytujeme i související informační servis. Můj výčet toho, co jsme schopni nabídnout, určitě není vyčerpávající, ještě více se dovíte na našich webových stránkách, kde vás rádi přivítáme.

překvapilo zjištění, že to byl generální ředitel společnosti, která měla v té době více než 2000 zaměstnanců se šesti pobočnými závody. Na směnách při putování po různých provozech, během mé výrobní praxe jsem ho hodně často vidala a naprosto mi učarovalo, jak tu firmu skvěle zná, jak zná lidi i jména zaměstnanců, mezi nimiž byli i ti na těch nejnižších úrovních. Proč o tom mluvím? Měla jsem možnost s ním spolupracovat i dál a hodně mě ovlivnil v mém dalším profesním růstu. Tak to byl pro mě top manažer, i když „z doby minulé“, a takových je dnes opravdu málo. Těm soudobým nějak chybí ta „člověčina“, péče o lidi spojená s jejich motivací a komunikace s nimi.

### V čem, podle vašeho názoru, spočívá největší hodnota a přínos filozofie kvality?

Vývoj filozofie kvality v mé mysli prošel docela dost velkým vývojem. Když o tom tak přemýšlím, vnímání kvality bylo vždy poplatné mému profesnímu růstu. Nejdříve to byla kvalita produktů, které jsem vyráběla jako dělník, pak kvalita technické přípravy výroby produktu, který se měl vyrábět, následovala komplexní kvalita všeho, co se vyrábělo ve vztahu ke kontrolám a zkoušení, až přišly na řadu normy kvality pro systémy managementu. Dnes vidím systémy managementu kvality jako jeden z možných „nástrojů“ pomoci pro řízení organizací, pokud ten, kdo se rozhodne tento „nástroj“ použít, to tak chápe. Svým klientům vždy říkám: Systém managementu kvality musí sloužit vám, ne vy jemu. Pokud to tak není, někde je chyba. Najděte ji a proveďte změnu. Nechápejte systémy managementu kvality jako direktivní normu, kterou je nutno zavést. Chápejte ji jako souhrn požadavků, které, když dobře uchopíte, budou součástí kvalitního řízení vaší firmy. Chápejte kvalitu jako přirozenou součást životní organizace, ale i běžného žití. Její přínos může být ocenitelný jen v případě, že je vnímána a pochopena a vyžadována jako samozřejmost v jakémkoli kontextu.

### A kam se bude kvalita ubírat? Máte jasné vize, připravené nové programy, projekty a edukaci?

Obecně se kvalita projevuje jako základ i jiných systémů managementu integrací vhodných postojů a praktik do strategií organizací. Žádná organizace nefunguje izolovaně. Dnes v podmínkách podnikání by nemělo být možné, aby se organizace soustředily pouze na výkonnost a ekonomický růst, ale kvalita podnikání zahrnuje i ohled např. na kvalitu péče o životní prostředí, zajištění bezpečnosti, řešení sociálních aspektů, úspor energií a jiných záležitostí, které souvisí s prvky jejich činnosti

podle oborů a zaměření organizací, ať už produkuje hmotný produkt, či se zabývají poskytováním služeb.

K nejdůležitějším aktivitám každého manažera patří přijímání rozhodnutí o postupech a způsobech řešení problematiky, před které je postaven. Aby se mohl s tímto úkolem kvalifikovaně vyrovnat, musí umět definovat svou potřebu informací, které jsou pro jeho rozhodování nezbytné. Samozřejmě se snažíme, v souladu s naším posláním, získávat potřebné informace, na základě kterých plánujeme další rozvoj, přesvědčujeme se



**Komplexnost našeho snažení předložit ucelený balíček všeho, co dnešní organizace potřebují, je certifikace akreditovaných oborů systémů managementu a certifikace produktů.**

o správnosti získaných informací a o tom, jak je nejlépe použít pro další rozvoj společnosti. Jakmile víme, kdo jsou naši zákazníci

a co se jim líbí a co požadují, můžeme se plně soustředit na to, abychom je přesvědčili, že náš produkt uspokojí jejich potřeby.

### Snažíte se působit i na životní styl manažerů? Na kvalitu života v souvislostech?

Kvalita života je široký pojem a je vnímána každým jedincem jinak a může být vnímána odlišně v kontextu různých souvislostí a odlišných pojetí. Česká společnost pro jakost se snaží ovlivnit vnímání této problematiky prostřednictvím zaměření našich kurzů týkajících se životního prostředí, bezpečnosti a sociální odpovědnosti firem, a ukázat tak možnosti pro zdravý život, pro bezpečný život a pro moderní život. A samozřejmě se podílíme na naplňování Národní politiky kvality, která sama o sobě směřuje ke zlepšování kvality života občanů.

### Jakými zásadami se řídíte vy? A co vám udělá největší radost, ať již v osobním, či manažerském životě?

**1. Komunikace – osobní kontakt – čím větší je organizace, tím větší je potřeba komunikace, ale totéž platí i v těch malých.**

**2. Učení se jako nepřetržitý proces – kdykoliv a kdekoliv!**

**3. Práce v týmu – je snadnější, spolupracujete-li s ostatními, i když třeba dáváte přednost studiu nebo se rozhodujete rádi sami. Můžete diskutovat problémy, učit se od jiných, naslouchat jiným, vzájemně se inspirovat.**

A co mi udělá největší radost? V profesním životě, ač to zní jako fráze, je to opravdu spokojenost klienta, a nemusí to být zrovna pochvala! To je něco, co vždy „dobíjí baterky“ a vždy mě nastartuje do dalších aktivit na všech polích mé působnosti.

A v osobním životě? Velkou radost mi vždy udělá jakýkoli krátký, delší či dlouhý výlet, prodloužený víkend nebo dovolená, kterou vybere, připraví a zorganizuje můj manžel, společná procházka na pěšince podél řeky Sázkavy ještě ve společnosti čtyřleté holčičky a dvouletého chlapečka a koneckonců i pochvala za mé kulinářské umění, které je pro mě velkým relaxem a moc mě těší.

### Ve vedení ČSJ jste krátce, v čem byste chtěla být nejvíce nápomocna strategii?

Jsem členem spolku od jeho založení s pořadovým číslem 85. Popravdě v době, kdy jsem se jako zaměstnanec v manažerské funkci odpovědně za kvalitu v té době hodně velké organizace poprvé zúčastnila akce České společnosti pro jakost – tenkrát kurzu Manažer kvality, nikdy mě nenapadlo, že bych mohla být její součástí a nakonec své zkušenosti předávat na témže kurzu jiným. Dnes si pamatuji, jak mi jeden z lektorů, který mě znal ze spolupráce s organizací, v níž jsem působila, řekl: „Co vy tady děláte, vždyť vy jste manažer kvality?“ Tenkrát jsem trošku znejistěla, zda mi kurz vůbec něco přinese. Přinesl. V podstatě to byl, aniž bych tušila, start mého následného profesního života, kdy se patnáctiletá praxe „kvalitáře“ skvěle spojila s teorií. Kurzů na ČSJ jsem absolvovala pak ještě spoustu a po odchodu z výrobní společnosti jsem s ní začala pracovat i aktivně, nejen jako lektor, ale i jako člen volených orgánů. V minulém funkčním období jsem pracovala v předsednictvu jako místopředsdkyně odpovědná za rozvoj společnosti. Chci tím jen maličko oponovat, že ve vedení společnosti krátce nejsem a na tvorbě strategie jsem se podílela i v minulosti. Krátce jsem předsdkyně, a to je pro mě opravdu nová role. Mám naštěstí kolem sebe skvělý tým jak ve výkonném aparátu, tak v předsednictvu s jasnou představou o tom, co chceme a kam chceme jít, a jakým směrem se dál rozvíjet.

V čem vidím svou roli? V motivaci, podpoře a usměrňování týmu tak, abychom dosahovali toho, co jsme si předsevzali. Díky 33leté praxi v kvalitě mi moje pracovní, technické, manažerské a odborné zkušenosti snad dávají možnosti působit přímo i nepřímo na tým a pomocí tak, abychom společně zajistili růst a udrželi se na špičce.

otázky připravila Eva Brixl

## Léto prý uteklo jako voda

Asi to cítíme všichni. Najednou je léto pryč a někteří prozíraví už myslí na vánoční svátky. Všichni si přejeme, aby sluníčko ještě stále vydatně svítilo a najednou si toho všeho, co se děje za našimi okny, více vážíme. Procházek, rajčat na zahradě, i posezení před kavárnou pod širým nebem. Nějak se nám nechce do svetrů a kabátů, do ponožek ani triček s rukávem. Den bychom rádi prodloužili sejně tak jako kdysi první rande nebo včerejší návštěvu lesa s košíkem plným hříbků. Ale co naplat. Čas ubíhá stále stejně, jen my žijeme jaksí rychleji. Proč? Toť otázka. Možná si tím nevidaným tempem přivoláváme více komfortu, který vlastně ani nepotřebujeme. Možná nahráváme snobskému pokušení mít vše, co mají ostatní. Podléháme diktátu být ziskoví, zkrátka užitiví firmu, zaměstnance, sebe. Kde jsou hranice? Možná ve filozofii udržitelnosti, možná v tom, že si příští rok to léto úplně jinak vychutnáme.

Eva Brixi



### Tip Grady Síla pozitivního přístupu



#### 10 pravidel jak naplnit svůj život a práci pozitivní energií

Zlepšíte svou situaci v práci i doma a zcela změňte svůj pohled na sebe i okolí. Vydejte se na inspirující jízdu a odhalte tajemství, jak dosáhnout skutečného úspěchu a spokojenosti. V poutavém příběhu najdete návod, jak překonat nepříznivé okolnosti a dostat ze sebe i z druhých to nejlepší.

### partneři www.madambusiness.cz

generální partner:

**DESIGN4NET**

www.design4net.cz

hlavní partneři:



www.cesky.porcelan.cz



www.ovus.cz

partneři:



www.yourchance.cz



www.tsoft.cz



www.pardubickypernik.cz



www.svatebni-dorty.cz



www.nhcar.cz



www.rossmann.cz



www.konopnyshop.cz



www.segafredo.cz



www.balamina.cz



www.zdenkabalajkova.cz



www.exotickesperky.cz



www.vinoabobule.cz



www.modelpraha.cz



www.zpmvcr.cz



www.coop.cz

### Prosperita Madam Business

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 10, září 2016

Vydává RIX, s. r. o., Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9

Šéfredaktorka: PhDr. Eva Brixi-Šimková, e-mail: bixi@iprosperita.cz, mobil: 602 618 008

Šéfredaktor www.madambusiness.cz: Martin Šimek,

e-mail: martin@iprosperita.cz, mobil: 606 615 609

Grafický design: Michal Schneidewind, Korektury: Mgr. Pavla Rožnicková

Tisk: H.R.G. spol. s r. o., Distribuce: 5 P Agency, spol. s r. o.

Placené textové materiály jsou označené grafickým symbolem ■■■

www.madambusiness.cz

Internetový marketing: Media Know, www.mediaknow.net

Doporučujeme vám  
kosmetickou poradnu GERnétic  
na www.madambusiness.cz



### Co se vám osvědčuje v boji proti stresu?

Bc. Petra Mačková  
obchodní úsek  
Hasičská vzájemná pojišťovna, a.s.

Jako snad každý i já se snažím brzdit stres. Mým ochranným štítem je okruh blízkých a přátel, u kterých jsem si jista, že když nic jiného tak jejich smích mě vyléčí a stres je pryč... Myslí, že je potřeba mít i nějakého stálého koníčka, který je, podle mého názoru, osvědčený lék. V mém případě je to sport, například pinpong, volejbal. No a z jiného soudku – také film a příroda mi dodávají novou energii.



### Žena zákaznice je významný fenomén obchodu dnešních dnů. Co na způsobu nakupování u žen obdivujete?

Grant Mckenzie  
marketingový ředitel  
Plzeňský Prazdroj

Na ženách obdivuji to, že při nakupování často volí lépe než muži. Dokážou se totiž v tu chvíli rozhodovat klidněji. Líbí se mi, jak zvažují jednotlivé možnosti a představují si, jak by se ta daná věc hodila do jejich života.



### Informace do kabelky

## Užívejte si svěží ovocné léto i na podzim

Nejen v horkých letních dnech nám přinese příjemné osvěžení pořádná porce lahodného ovoce. Nyní si jeho vůni a blahodárné účinky na tělo můžete užít také prostřednictvím sprchových gelů a deodorantů z edice Fa Fruit Me Up od Schwarzkopf & Henkel. Hýčkejte své tělo a smysly a užijte si svěží vůni broskví nebo šťavnatých bobulí. Sprchové gely Fa Fruit Me Up! nabízejí novou parfemaci plnou ovocné svěžesti a díky svému složení navíc pomáhají udržovat pokožku krásně hydratovanou. Dodají jí pocit hebkosti a příjemnou ovocnou vůni. Sprchování s gely Fa Fruit Me Up! je povzbuzující jako doušek koktejlu z čerstvého ovoce. Deodoranty Fa Fruit Me Up! nabízejí až 48hodinovou spolehlivou ochranu před pocením, a to ve dvou „crazy“ ovocných svěžích vůních pro dlouhotrvající příjemný pocit sucha a svěžesti. (tz)



www.madambusiness.cz

# Bageterie Boulevard reaguje na poptávku firem

Začátkem srpna spustila Bageterie Boulevard zcela novou službu, zaměřenou zejména na firemní klientelu. Reaguje tím na čím dál větší zájem o zajištění občerstvení pro zaměstnance v rámci pracovních jednání, seminářů či jiných firemních akcí. Fastfoodový řetězec tak rozšiřuje okruh zákazníků o další segment a spouští přímý rozvoz baget v oblasti korporátního „food delivery“, která není tak kvalitně nasycená jako klasická dovážka jídla.

Nová služba je postavena na principu přímých objednávek boxů s bagetami přes platformu bbbox.cz. Projekt aktuálně probíhá v testovacím režimu s rozvozovou zónou v širším centru Prahy. V horizontu jednoho až dvou měsíců však díky franšizantům pokryje celou Prahu, Brno a Plzeň a postupně bude zaváděna služba do dalších měst, kde má Bageterie Boulevard pobočky. Boxy je možné na vybraných pobočkách vyzvednout také osobně.

„K testování BB boxu jsme již získali zajímavé

zákazníky, konkrétně Slevomat a Seznam.cz. Ti nám pomohli také systém vyladit. Se Slevomatem jsme navíc dohodli spolupráci na věrnostním systému, v rámci kterého se mohou zákazníci těšit na skvělé odměny,“ uvedl project manager Jakub Gottwald, který má BB box na starosti.

Cena jednoho boxu „bagetek“ začíná na 299 Kč, při vyšším odběru se může cena snížit až na 229 Kč za box. Cena dopravy je jednotná na celou objednávku a není závislá na množství objednaných boxů. Nabízená služba je určena především k plánovaným a opakovaným firemním událostem. S tím je spojeno i zadávání objednávky do systému, které musí zákazníci provést nejméně tři hodiny předem. Bagety jsou díky tomu dodávány vždy čerstvé.

„Naši novou službou následujeme trendy na korporátní úrovni. Věříme, že firemní zákazníci ocení nejen naše kvalitní a čerstvé produkty, ale také jednoduchost objednání a plánování s doručením až tzv. na stůl,“ dodal Jakub Gottwald. (tz)

## Bageterie Boulevard

je moderní, dynamicky se rozvíjející český koncept restaurací rychlého občerstvení. Vlastní i franšizové pobočky má po celé České republice i v zahraničí. Křupavé bagety plněné originálními, a především kvalitními a čerstvými surovinami jsou vždy upečené a připravené na místě, na přání zákazníka. Absolutní prioritu dává Bageterie Boulevard právě čerstvosti a kvalitě výrobků, reaguje také na světové trendy zdravého stravování. Je to restaurace pro zaneprázdněného městského člověka, který přestože pospíchá, nehodlá dělat kompromisy a chce jíst kvalitně. Bageterie Boulevard je držitelem prestižního ocenění Superbrands pro rok 2014.

Ilustrační foto: SXC

INZERCE



OCENĚNÍ  
ČESKÝCH  
PODNIKATELEK

PODPORUJEME  
VZDĚLÁVÁME  
OCEŇUJEME  
ČESKÉ PODNIKATELKY  
OD ROKU 2008

PŘIPOJTE SE I VY DO LETOŠNÍHO PROGRAMU  
OCENĚNÍ ČESKÝCH PODNIKATELEK



BUDUJEME  
HRDÉ  
ČESKO

REGISTRACE ON-LINE ZDARMA  
DO 23. 9. 2016

[www.OceneniCeskychPodnikatelek.cz](http://www.OceneniCeskychPodnikatelek.cz)

# Je to skvělé, že nemáte ani jeden den stejný



Mgr. Šárka Dolanská



Mgr. Šárka Dolanská je manažerkou, se kterou je radost si povídat. Působí v pozici krajské ředitelky Praha II České pojišťovny, tedy

zpravidla je k zastížení jako žena dokonale zaneprázdněná, aktivní a dynamická, kterou však poznáte podle jedné báječné vlastnosti: smyslu pro legraci a schopnosti vidět věci kolem sebe s nadhledem. Také má ráda nové výzvy, i proto zařadila aktivity České pojišťovny týkající se soutěže Ocenění českých podnikatelek, která letos vstoupila již do 9. ročníku. Je rovněž členkou odborné poroty. V této souvislosti jsem jí položila několik otázek:

**Je o vás známé, že fandíte ženám podnikatelkám i manažerkám. Jaké to má kořeny? V tom, že jste sama manažerkou a moc dobře víte, co taková práce obnáší?**

Já obecně fandím šikovným lidem. Těm, kteří se nebojí a jdou si za svými sny, kolikrát navzdory svému nejbližšímu okolí, které je v dobrém úmyslu od – pro ně nepravděpodobného úspěchu – odrazuje. To, že fandím speciálně ženám, podnikatelkám, není prvoplánové. Jako žena samozřejmě lépe vím, co to obnáší,

když cílíme na obě mety – jak na pracovní, tak i na rodinné...

**Česká pojišťovna se prostřednictvím vaší osobnosti zapojuje do projektu OCP. Co je pro ni na objevování šikovných žen a jejich oceňování přitažlivé?**

Jak pro Českou Pojišťovnu, tak pro mě, jako zástupce této společnosti, je velkou ctí spojit jméno naší úspěšné firmy se jmény úspěšných žen, které jako hlavní sponzor vybíráme v ka-

tegorii Inovativní řešení. Je pro nás zároveň velmi objevné, v jakých businesssech se úspěšné ženy velmi dobře prosazují – stavebnictví, hutnictví, těžký průmysl, ve zpracování odpadů... Přitažlivá je odlišnost a pestrost osobitosti jednotlivých žen, jejich příběhů, důvodů, proč vůbec začaly podnikat a proč zrovna v tom konkrétním oboru.

**Životní dráha podnikatelek a žen ve vedoucích pozicích bývá pestrá až dobrodružná, také rizik je v businessu víc než dost. Takřka denně se setkávají s novými tvářemi, přicházejí nápady, výzvy, naplňují se cíle, vyjednává se, řeší se provozní problémy, bojuje se s byrokracií... Mezi tím je i spousta drobných proher, které bolí. Není to příliš intenzivní kolotoč a není to spíš závod s časem a možnostmi? Nejsou to příliš velké oběti vlastní odvaze?**

A o tom to právě je. Je to skvělé, že nemáte ani jeden den stejný. Jeden den řešíte nové zaměstnance do firmy, druhý den doháníte plán výroby, pak komunikujete se zklamaným zákazníkem, řešíte chybnou linku a najednou přijde ta rána – trh vám ukáže, že váš výrobek nechce a vy musíte v mžiku vymyslet jiný a ideálně za polovinu ceny. A to vše například za situace, kdy vám doma zrovna marodí dítě s neštovicemi. Tady je pak o to více důležité vyvážit práci a péči o rodinu. A ne každá to umíme.

**Osobní život bývá o kompromisech a ne vždy se daří sladit rodinu, vizi podnikání, dělení času, názory na to či ono. Hodně žen věnuje takřka vše své kariéře, baví je to, tvoří hodnoty, mají možnost velké seberealizace. Ale přesto nejsou úplně šťastné. Kde je chyba?**

Pro každého je štěstí v něčem jiném. Je úplně v pořádku, pokud se žena cítí šťastná na sto procent vytížená ve svém businessu a nepotřebuje k tomu nikoho a nic jiného. Proč ne?

**Bez emocí neprodáváte, nepřivádíte nové lidi do firmy, bez emocí netvoříte. Práce nebo podnikání vás musí bavit.**

Stejně tak je v pořádku, když je žena v situaci, kdy doma tvoří zázemí svému muži, stará se o děti a o chod domácnosti. Obě ale podstupují určité riziko. Ta v businessu riziko, že mo-

hou přijít chvíle, kdy jí bude smutno a zjistí, že by rodina byla fajn. Na druhé straně žena, která pečuje o domácnost a která žila jen pro rodinu, může jednoho dne zjistit, že ve svém životě nemá nic svého, nic, na čem by mohla stavět v okamžiku, kdy jí manžel najednou vymění za jiný model. Každý má právo seberealizovat se po svém, svoje rizika volíme úměrně své odvaze. To jen společnost začala ženy kastovat na kariéristky a ty druhé. Všimněte si, že u mužů žádné takové dělení není. Já jsem si svoji kariéru začala tvořit proto, že jsem nenacházela štěstí na soukromém poli, tak jsem se o to více pustila do práce. Přece nebudeme jenom plakat nad rozdílným mlékem, že.

Takže zpátky k vaší otázce, pokud se necítíte šťastní, musíme něco změnit. Za svůj život jsme zodpovědní sobě sami a život je příliš krátký na to, abychom ho prožili ve smutku. Štěstí je stav naší mysli.

**Tvrdí se také, že něžné pohlaví podniká více srdce než muži. Patří emoce do businessu?**

No jasně, že tam patří. Bez emocí neprodáváte, nepřivádíte nové lidi do firmy, bez emocí

netvoříte. Práce nebo podnikání vás musí bavit. Když to neděláte s láskou, nemůžete nikdy patřit k těm nejlepším. Samozřejmě je potřeba používat také hlavu. Vyváženost je žádoucí. Ale pokud mi někdo tvrdí, že funguje ve svém businessu bez emocí, pogratiuji mu k úspěchu a pro ještě větší úspěch doporučím přidat právě emoce!

**A co humor, smysl pro nadsázku, smích? Řekla bych, že k ženám patří více než k mužům.**

A to já si nemyslím, že bychom my ženy byly vtipnější nebo humornější. Máme odlišný humor od mužů a asi více používáme nadsázku. Je velmi osvobozující, když je při práci i legrace. A tím pomyslným vrcholem pak je to, když si všichni umíme udělat legraci sami ze sebe.

**Příběhů majitelek firem jste i díky OCP vylechla hodně. Dodaly vám některé energii, přinesly povzbuzení, inspirovaly?**

České ženy podnikatelky jsou nesmírně inspirující. Každý jeden příběh, který jsem si vylechla, měl hloubku. Už jen to, že se ženy



o svoje příběhy chtějí podělit, mi dodává neuvěřitelnou energii. A není neobvyklé, že žena svou životní cestu podnikáním popíše nahlas vůbec poprvé. Setkávám se s nejrůznějšími silnými situacemi – od pohnutých osudů převzetí firmy z důvodu tragických ztrát těch nejbližších až po položené nápady, které měly ženy na začátku podnikání a začaly je realizovat. Velmi mě hladí po duši, že se téměř všechny úspěšné podnikatelky věnují charitě nebo ve své firmě zaměstnávají osoby s hendikepy... Podnikáním tak pomáhají i lidem, kteří díky tomu nežijí v izolaci.

ptala se Eva Brixová

## Ajala čokoláda se vyrábí devět dnů

**V brněnské manufaktuře Ajala vyrábějí výběrovou čokoládu s chutí, která pro vás možná bude úplně nová. Dělá se totiž jen a jen z kakaových bobů a sušené třtinové šťávy – žádné mléko, cukr nebo další tuk. Od běžných čokolád se ale liší nejen v chuti a složení, ale i v tom, jaký je postup přípravy.**

U běžných čokolád je normální, že firmy kupují tzv. čokoládovou masu (chocolate liqueur), kterou jen ochucují kořením a oříšky a vylévají do forem se svým logem. V Ajala chocolate se začíná pěkně od bobu a tabulku ochutnáte nejdříve po devíti dnech. Ale stojí za to si na ni počkat. Všechno u výběrové čokolády začíná kvalitními kakaovými boby. Ne kakaového prášku nebo másla, ale u primární suroviny. Kakaové boby si Ajala vybírá především podle kvality, ale i podle způsobu, jakým byly pěstované. Jen kakaové boby, které vyrostly ve stínu deštných pralesů a bez průmyslových zásahů jsou totiž dost jakostní, aby se mohly stát čokoládou Ajala. Kakaové boby se nejdříve musí upražit. Na rozdíl od kávy ne tolik kvůli chuti (i když ta se pražením také mění), ale pro to, aby šly vyloupnout ze slupky a aby se zničily možné bakterie. Po upražení se boby rozdrtí a odstraní slupky a zůstanou jen tzv. kakaové nibsy, základ každé výběrové čokolády.

Mletí je nejnáročnější a nejdelsí fáze. Tady se nibsy v žádaném poměru (u Ajala většinou 70:30) smíchají se sušenou třtinovou šťávou (panelou) a melou nejméně dva dny. V Ajala se k mletí používá zvláštní nástroj – žulový mlýn na rýži, kterému říkají Golem. Díky jeho kamenům se nibsy nepřehřívají, a není se tak přirozená chuť kaka a všechny zdravé látky v něm obsažené. Až po několika dnech konstantního mletí vznikne hladká, tekutá čokoláda. Podstatné je, že tekutá hmota se z ní stává mletím (nikoliv zahříváním z vnějšku), při kterém se třením přirozeně uvolňuje a zahřívá kakaové máslo a celá směs se díky tomu stává tekutou. Poté se musí čokoládová směs nechat nejméně 3–5 dnů odpočívat, aby se v ní ustálily procesy nastartované mletím a aby se všechny chutě kompletně spojily. Tomuto procesu říkají

v Ajale staření. Poté, co si čokoláda odpočinula, je na řadě temperování – řízené zahřátí a zchlazení materiálu, aby se v něm dokonale sjednotila krystalická struktura kakaového másla, a tím vznikla jednotlitá tabulka, co úžasně křupe. Nejde tu ale o žádné vysoké hodnoty, při mletí a temperování teplota nikdy nepřesáhne 45 °C.

Temperovaná čokoláda se pak plní do forem, ve kterých už jen zatuhne v chladničce a může se vyklepávat. V Ajala se do forem plní velkou injekční stříkačkou (aby neukápla), takže i tohle je pečlivá operace. Z forem vyklepnuté tabulky pak Filip a Silvia, zakladatelé Ajala Chocolate, a jejich tým balí ručně do obalů tištěných jak jinak než ručně, lepší etikety a posílají do světa, tedy zatím do Česka. (tz)

[www.ajala.cz](http://www.ajala.cz)



# Aby zaměstnanci nebyli jen položkou v účetnictví

Stavařina byla vždy považována spíše za mužské řemeslo, významnou českou stavařskou firmu však vede žena. Její podnikatelský úspěch a příběh byl korunován třetím místem v kategorii Střední společnost projektu Ocenění Českých Podnikatelek v roce 2015. Podle Jany Kotkové, ředitelky společnosti Romex, mají lidé v její firmě k sobě blízko a nejsou pouhou položkou v účetnictví.

**Čím se vaše firma zabývá a jak dlouho již na českém trhu působí?**

Společnost ROMEX je specializovanou stavební firmou zaměřenou na rekonstrukce a opravy objektů, a to zejména pro průmysl, administrativu a občanskou vybavenost. Naším stěžejním zaměřením jsou návrhy realizací a následné provedení izolací plochých střech. Hlavní je technický a řemeslný um, který prohlubujeme a zdokonalujeme již 25 let. Potvrdit to mohou především naši dlouhodobí partneři, kteří o nás říkají: Romex problémy nedělá, Romex je řeší.

**Jaká je dnes situace ve stavebnictví?**

I když je tato tendence velmi pozvolná, stavebnictví opět pomalu roste. A já jsem hrdá, že i v období stagnace jsme dokázali udržet své základní hodnoty, tedy poctivost stavařského řemesla.

**Zasahují do vašeho podnikání nové trendy?**

Samozřejmě. Každá úspěšná firma, která má mít šanci udržet krok, se musí neustále rozvíjet a ani u nás tomu

není jinak. Podstatné je mít přehled o stávajících a nových technologiích, a hlavně umět tyto poznatky promítnout do výsledného řešení. Pro nás je z tohoto pohledu zásadní udržování kontaktu

a spolupráce s univerzitami a výzkumnými institucemi, jako je například stavební fakulta nebo nově vzniklé vědecké centrum AdMaS brněnského VUT.

**Překvapilo vás, když jste se loni dostala do finále Ocenění Českých Podnikatelek? Jak se zpětně díváte na svou účast v projektu? Změnil se nějak váš náhled na vlastní podnikání?**

Nejen postup do finále, ale i samotná nominace mne velmi mile překvapily. Měla jsem ne-

smírnou radost, že velké úsilí a snaha firmu posunovat kupředu byla oceněna i mezi tolika jinými úspěšnými podnikatelkami. A spíše než aby se můj náhled na vlastní podnikání změnil, mne ocenění ujistilo v tom, že jdu správným směrem. Že podnikání ve stavebnictví není jen o návrhu a realizaci stavby, ale že pro přispění k rozvoji tohoto tradičního řemesla je zcela zásadní své znalosti a zkušenosti neustále předávat dál, a tím inspirovat další a takto se podílet na utváření světa kolem nás.

**Kdo vás v životě nejvíce ovlivnil?**

Je velmi těžké určit, kdo mě během života ovlivnil nejvíce, protože snad každá etapa života si žádá někoho jiného, který nám pomáhá určit směr. Nicméně jedním z nich byl zcela určitě můj otec, který mne vždy nenásilně, ale důsledně vedl k práci, ke vztahu k řemeslným činnostem a k vytrvalosti. Možná proto jsem si stavařské řemeslo tak zamilovala a cítím radost a odhodlání se na jeho dobrém jméne podílet, i přesto, že to vyžaduje mnoho práce a úsilí. O to je ale potom uspokojení z dosaženého úspěchu větší.

**Posláním projektu OCP je podpora českých podnikatelek. Co byste poradila těm začínajícím?**

Chcete-li začít s podnikáním, zbytečně to neodkládejte. Naslouchejte svému srdci, intuici a najděte si čas

zhodnotit svůj záměr z více stran. Velmi přínosné je vyhledat si poradce či mentora, se kterým by bylo možné konzultovat svůj rozvoj, své problémy či názory. Rozhodnutí je však na vás samotných – a to je nesmírně vzrušující a dobrodružné. Nebojte se o sobě dát vědět. Falešná skromnost už bohužel pomohla zabít hodně slibných podnikatelských nápadů.

**Ovlivňuje vaše podnikání fakt, že jste žena?**

Rozhodně ano. Pro mě jako pro ženu je výzvou především vnesení intuice a ženského ci-



Jana Kotková

tu do převážně mužského prostředí stavařů. Nicméně se domnívám, že pro vedení každé firmy je důležitá spolupráce mužů a žen a využívání jejich někdy velmi rozdílných kvalit pro vytvoření rovnováhy, a tím nejlepšího možného výsledku.

**Máte svůj podnikatelský sen?**

Mým největším snem je zdravá a prosperující firma, kde k sobě mají lidé blízko a zaměstnanci nejsou pouze položkou v účetnictví, ale tvoří důležitou součást společnosti. Díky tomu je možné udržet poctivé řemeslo a pozitivní přístup k práci.

**Nalezla jste vlastní způsob, jak překonávat překážky a nenechat se odradit v cestě za svým cílem?**

Řídím se větou, která byla součástí dárku od kamaráda. Věnoval mi k narozeninám dřevorezbu a papírek. Stálo na něm: Je lepší mířit ke hvězdám a netrefit se než do kupky hnoje a dosáhnout cíle.

**Co vám v pracovním nebo osobním životě udělalo v poslední době radost?**

Právě se mi vrátila dcera ze studií v Dánsku. Ihned se s odhodláním zapojila do chodu společnosti, což jsem s nadšením uvítala. Mám jedinečnou příležitost zjistit, zda spolu můžeme profesně tvořit. (red)

**Hlavní je technický a řemeslný um, který prohlubujeme a zdokonalujeme již 25 let. Potvrdit to mohou především naši dlouhodobí partneři, kteří o nás říkají: Romex problémy nedělá, Romex je řeší.**



# I kvalifikovaní učitelé jsou nedostatkové zboží

**Učitelé dostanou od září přidáno 6 %, pomůže to ale vyřešit jejich kapacitu? Největší problém s nedostatkem učitelů je v oborech, kde díky své aprobaci najdou lépe finančně ohodnocenou práci mimo školství, což je zejména případ jazykářů, učitelů IT a specializovaných technických předmětů. Na školách, zejména těch základních, je ale také nedostatek vyučujících matematiky, chemie a fyziky.**

Současnou neutěšenou situaci ve školství způsobil souběh několika faktorů: demografický vývoj, díky kterému v současné době více než naplňují základní školy silné populační ročníky, absolutní úbytek učitelů, kdy velká část absolventů pedagogických fakult odchází do jiných oborů, a velké množství neaprobovaných učitelů, které školy zaměstnávají kvůli nedostatku lidí s patřičnou kvalifikací. Kromě učitelů ale chybějí i nepedagogičtí pracovníci, které odrazuje především platové ohodnocení. V oborech, jako jsou pedagogičtí asistenti, vychovatelé, školníční nebo kuchaři ve školních jídelnách, se průměrné platy pohybují podle údajů Platy.cz pod hranici 15 000 Kč. „V situaci, kdy roste ekonomika, by se mělo investovat do zlepšení veřejných služeb – a vedle zdravotnictví to u nás opravdu potřebuje i školství,“ řekla Zuzana Lincová, ředitelka

pracovního portálu Profesia.cz. „V loňském roce prudce vzrostla nabídka učitelských míst, a to o 55 %, v letošním roce je zatím o něco nižší, ale menší je i zájem ze strany uchazečů o práci.“

Jak to v současné době vypadá s platy ve školství? Podle údajů Platy.cz je ohodnocení učitelů v průměru o čtvrtinu až třetinu nižší v porovnání s průměrem jiných vysokoškolsky vzdělaných pracovníků. Průměrný plat učitele na základní škole je před avizovaným zářijovým zvýšením 23 376 Kč. Středoškolské učitelé si podle údajů serveru Platy.cz vydělají o necelých 6 % více a vysokoškolské o 15 % více než ti na základních školách. Z pohledu regionů je největší nedostatek učitelů i nepedagogických pracovníků ve Středočeském kraji, následují kraje Ústecký a Moravskoslezský. Největší problémy pocítují základní školy, které se v současné době kvůli nástupu silných populačních ročníků 2005–2008 nepotýkají jen s nedostatkem učitelů, ale i s nízkými kapacitami. Lépe na tom ale nejsou ani školy vyšších stupňů, zvláště technicky zaměřené. Ty trápí zejména málo učitelů specializovaných – generace zkušených „fachmanů“ se dostává do důchodového věku a nové kvalitní učitele se nedaří získat zejména proto, že ve výrobních podnicích tito zruční technici vydělávají až trojnásobek toho, co jim mohou nabídnout ředitelé škol.

Problémy s nedostatkem pedagogů neřešíme jen u nás – má je většina „vyspělé“ Evropy. „Inspiraci i pro ČR může být to, co ke zlepšení situace ve školství podnikají jinde. Kromě

kampaní zaměřených na zvýšení atraktivity studia pedagogických oborů jde zejména o podporu spolupráce škol vyššího stupně s firmami. Ty jsou ochotné investovat do jejich vybavení, ale také uvolnit lidské zdroje tak, aby školy vychovávaly absolventy připravenější pro fungování v reálném prostředí,“ uzavřela Zuzana Lincová. (tz)

INZERCE



**DOPŘEJTE SVÉ FIRMĚ ŠANCI  
ZVIDITELNIT SE, A POMOCI  
TAK OHROŽENÝM DĚTEM!**

A-B Help s.r.o. Praha | [www.abhelp.cz](http://www.abhelp.cz) | [info@abhelp.cz](mailto:info@abhelp.cz) | Tel: 222 312 059, 777 933 448





foto Shutterstock

# Krásné lodičky na vysokém podpatku **zdravé být nemohou**



Boty prožívají revoluci a my její mámení. Můžeme si je koupit v jakémkoli tvaru, střihu, barvě, levné i drahé, navržené špičkovým designérem nebo tím, kdo oboru vůbec nerozumí, k rozmanitým příležitostem, výstřední i klasicky elegantní, v butiku, na trhu i ve vyhlášeném obchodním centru, také přes internet nebo v „sekáči“. Jenže – v čem vlastně chodíme? Co si obouváme? Podle jakých měřítek vybrat? A podle čeho se řídit, abychom byli vždy podle módy, ale neničili si nohy? Jsou to těžké otázky. Nasměrovat

nás může značka Komfortní obuv. O ní a mnoha dalších zajímavostech jsem hovořila s odborníci na obouvání, již si vážím nad jiné, s PhDr. Vlastou Mayerovou, tajemnicí České obuvnické a kožedělné asociace:



PhDr. Vlasta Mayerová (vpravo)

**Obuv je pro většinu lidí samozřejmostí. Vaše profesní uskupení už mnoho let poukazuje ale na to, jak špatně se obouváme...**

Skutečností je, že zejména ženy se často řídí rčením „parádo trp“. Již od nepaměti si například v Číně ženy obouvaly tzv. deformující botičky. Zejména ženy z urozených kruhů musely mít malou nožku. Nicméně následně byly odkázány na pomoc druhých, protože nemohly kvůli deformacím nohy vůbec chodit. Naštěstí žijeme nyní v době, kdy se lidé mnohem více zajímají o zdravý životní styl a o zdravé obouvání. Je velmi potěšující, že zejména rodiče malých dětí stále více dbají na vhodnou obuv pro své potomky. Česká obuvnická a kožedělná asociace je garantem značky Žirafa – zdravotně nezávadná obuv – bota pro vaše dítě. Tato značka je kvalitní a zdravotně nezávadné dětské obuvi propůjčována již téměř 20 let. Za tuto dobu si získala velkou důvěru u spotřebitelů a neustále posiluje svou pozici na českém trhu. Značka Žirafy byla do vládního programu Česká kvalita, který propaguje a podporuje kvalitní výrobky a služby a je součástí Národní politiky kvality, přijata jako jedna z prvních již v roce 2003. Dá se říci, že značka roztomilé žirafky se stala jednou z nejznámějších a nejoblíbenějších značek kvality ve vnímání spotřebitelů. Ti jsou si stále více vědomi i rizika poškození dětských nohou, pokud nakupují nekvalitní dětské zboží. Obuv určitými faktory ovlivňuje nohu, například změnou rozložení zátěže, vlastnostmi podešve a stélek, výškou podpatku atd. Toto „ovlivnění“ může mít pozitivní, ale často i negativní dopady nejen na nohu, ale na celý pohybový aparát. Bohužel noha se může nekva-

litní a zdravotně závadnou obuví poškodit v každém věku a trochu složitější situace je právě v oblasti obouvání dospělých.

**Do povědomí českých spotřebitelů díky asociaci a aktivitám programu Česká kvalita vstoupila nedávno nová značka kvality Komfortní obuv. Co zákazníkům a výrobcům vlastně nabízí?**

Od ledna letošního roku mají firmy opravdu možnost nechat si obuv nadstandardně hodnotit a získat novou značku Komfortní obuv. Pro novou dobrovolnou certifikaci byla vytvořena také nová grafická značka, která je zapsána jako ochranná známka u Úřadu průmyslového vlastnictví v Praze. Při prodeji koncovým spotřebitelům pak bude certifikovaná obuv touto ochrannou známkou označena. Z průzkumu, který ČOKA realizovala mezi spotřebiteli, jednoznačně vyplynulo, že čeští zákazníci chtějí nosit kvalitní obuv a dali by v 80 % případů přednost garantovanému nákupu kvalitní a komfortní obuvi. Kupující nejčastěji očekávají, že toto zboží naleznou v klasických kamenných maloobchodech s obuví (97%). Jak má ale i dospělý spotřebitel poznat, že jde o boty kvalitní a komfortní, že nepoškozují nohu, že jsou pohodlné při chůzi a že splňují všechny stanovené požadavky? Protože se velmi osvědčil systém nadstandardního hodnocení právě u dětské obuvi, rozhodla se ČOKA zavést obdobný systém hodnocení i u obuvi pro dospělou populaci. Smyslem nové značky je poskytnout spotřebitelům možnost vybrat si na trhu přesyceném nekvalitní, a mnohdy i zdravotně závadnou obuví špičkový výrobek správné konstrukce, zajišťující pohodlné nošení bez zdravotního rizika, s vysokou odolností a dlouhou životností, se správným označením velikosti a splňující řadu dalších kvalitativních parametrů. Přijetím do Programu Česká kvalita dokládá nová značka Komfortní obuv také to, že splnila nejprísnejší kritéria pro nezávislost a objektivitu a že je možné se na její vypovídání hodnotu plně spolehnout.

**A co z toho pro podnikání firem, jež se zapojují, plyne?**

Významným počinem bylo právě přijetí značky Komfortní obuv do Programu Česká kvalita v červenci 2016. Věříme, že díky propagaci nové značky společně s dalšími značkami kvality dojde k synergickým efektům a ta nová získá stejnou oblibu u spotřebitelů jako u dětské obuvi značka malé „žirafky“. Kvalita a komfort při nošení není důležitý jen u vycházkové, volnočasové nebo domácí obuvi, ale také u obuvi pracovní, ve které člověk tráví velmi dlouhou dobu. Právě tyto firmy, které vyrábějí vycházkovou i pracovní obuv, mají většinu předepsa-



ných zkušek již realizovaných a nová značka jim pomůže lépe se prosadit zejména na domácím trhu a u českého spotřebitele.

**Už se hlásí první zájemci o prestižní značku?**

Na veletrhu KABO II 2016 byla 27. srpna slavnostně předána nová ocenění firmám, kterým není kvalita lhostejná, které se soustavně zabývají nadstandardní kvalitou obuvi jak pro děti, tak i pro dospělé a tuto si nechávají ověřit v systému tzv. nadstandardního hodnocení a dobrovolné certifikace. Oprávnění používat značku Česká kvalita a zároveň i novou značku Komfortní obuv zde získala firma Flexiko

CZ s.r.o. za kolekci pracovní a vycházkové obuvi. Obuv je vyráběna flexiblovým způsobem, na její výrobu jsou používány zejména kvalitní přírodní materiály, především broušená useň, pode-

šev je z přírodní krepky, je vybavena výjimečnými komfortními stélkami, a z těchto důvodů bude poskytovat svým uživatelům maximální ochranu nohy a pohodlí při nošení. Velmi zdařilý je i retro design celé kolekce. Další firmou, která usiluje získat novou značku, a v současné době probíhá hodnocení její kolekce obuvi, je firma Natur Comfort NP s.r.o. Hlásí se nám i firma Z-Style a.s.

**Na trhu je řada značek i výrobců obuvi, ale třeba společenské či vycházkové boty pro ženy, které by byly zdravotně nezávadné, a přitom vypadaly šik, se skoro neseženou... V čem je potíž? Krásné a elegantní lodičky na vysokém podpatku nemohou být zdravé?**

Bohužel opravdu krásné lodičky na vysokém podpatku zdravé být nemohou. Zvýší-li se výška podpatku o pouhých 10 mm, zatížení nohy se přesouvá z patní části do oblasti prs-

tních kloubů až o 15 %. Studie dokázaly, že z ortopedického i energetického hlediska, i z hlediska přenosu lokálních tlaků na přední část nohy je vhodné používat podpatek max. do výšky 4 cm. Tato obuv by měla být nošena pouze krátkodobě pro stanovený účel a vždy by měla následovat „regenerace“ nohy formou koupele, masáže apod.

Dlouhodobé nošení obuvi na vysokých podpatcích a s úzkou špičkou způsobuje onemocnění nohou (otlaky, mozoly, kuří oka), vbočený palec – Hallux valgus, vybočený malík, kladívkovité prsty, příčné plochou nohu, zkrácení Achillovy šlachy, zkrácení lýtkového svalu, problémy s krevním zásobením dolních končetin a také bolesti páteře

**Když chce být podnikatelka okouzlující a sexy, co si má vlastně obout?**

Jak již jsem uvedla, je nutné obuv na vysokých podpatcích používat opravdu pouze krátkodobě, např. při business schůzce a mít s sebou obuv na přezutí. Většinou dnes ženy – podnikatelky jezdí automobilem, a proto není problém, aby zde měly další pár obuvi. Zejména také řízení automobilu v obuvi na vysokých podpatcích je velmi nebezpečné. Nejenomže se obuv zničí na patní části, ale podpatek se může např. zaklínit pod pedál.

**Ale nejen vysoké podpatky ničí naše nohy, páteř, nervy, nejen ony působí vážné škody, až nevrátne, na našem zdraví. Co ještě říkají vaše data?**

Komfort u obuvi je dosti problematické definovat, kvantifikovat či hodnotit, jelikož vychází často ze subjektivních pocitů uživatele. Existuje určitý rozpor mezi subjektivním dojemem a objektivně stanovenými vlastnostmi obuvi. Zdravotně nezávadná obuv je taková, která umožňuje udržet nohu v její přirozenosti bez následku deformace. To znamená, že obuv musí zajistit optimální držení chodidla, fyziologické funkce a přirozený odval nohy.





Ideální obraz zdravotně nezávadné a komfortní obuvi lze definovat v několika slovech, avšak její výroba a realizace není lehký úkol. Komfortní obuv by tedy měla umožňovat zdravou, přirozenou a bezbolestnou chůzi, při které je podpořena plná funkčnost nohy a neprojevují se negativní pocity. To je založeno zejména na následujících parametrech: dostatečná délka obuvi a nadměrek, dostatečná šířka obuvi, správné držení paty obuvi, nízká hmotnost obuvi, měkký svršek a malý vliv na přirozený pohyb nohy. Obuv by měla být vyrobena z osvědčených a zdravotně nezávadných materiálů a zajišťovat i optimální teplotně vlhkostní komfort. Samozřejmě je, že obuv musí být kvalitní a plnit požadavky norem na správnou konstrukci. Právě na tyto vlastnosti obuvi by se měl zákazník při koupi zaměřit. Samozřejmě vždy by měl rovněž zvážit účelovost obuvi, tzn. že by měl jasně vědět, k jakým účelům hodlá boty používat a tyto své požadavky sdělit prodávajícímu.

**Co tedy děláme špatně, když si kupujeme boty? Česká obuvnická a kožedělná asociace má nespočet informací, které hovoří jasně: zákazník by měl přemýšlet a vážít, jakou obuv si pořídí. Jenže podle jakých měřítek lidé u nás boty kupují? Jaký postup by byl vhodnější?**

Skutečností je, že řada zákazníků se při výběru obuvi orientuje tím, zda se jim obuv líbí, či nikoliv, zda je módní, případně i jen značkou, která je žádaná. Přitom se podceňuje fakt, zda obuv člověku dobře padne. Velmi častým prohřeškem také je, že si lidé kupují obuv bez příslušného funkčního nadměrku, který by měl být u dospělých přibližně 1 cm. Zejména u společenské, vycházkové, ale i sportovní obuvi se s tímto problémem setkáváme poměrně často. Proto

je při nákupu nové obuvi nutné dodržovat následující zásady:

- ✓ Nevěřit deklarované velikosti uvedené na obuvi. Vnitřní prostor jednotlivých modelů obuvi se mnohdy liší od uvedených informací. Také každý střih obuvi padne na nohu jinak. Proto je nutné při nákupu každou botu vyzkoušet a zjistit, jestli skutečně sedí.
- ✓ Nákup přesunout do odpoledních hodin. V té době je totiž noha nejobemnější.
- ✓ Velikosti nohou měřit ve stoje (v zatížení vlastní hmotností těla). Při měření má být na noze ponožka nebo punčocha odpovídající druhu obuvi.
- ✓ Je nutné nechat si změřit velikost obou dolních končetin, tedy pravé i levé – mohou zde být disproporce. Velikost obuvi se vybírá podle delší a širší nohy.
- ✓ Vyzkoušet celý pár obuvi. Při zkoušení si zákazník obuv zašněruje (zapne) a projde se po prodejně.
- ✓ Sledovat, jak obuv padne v jednotlivých partiích. Tedy zda je před prsty dostatečně dlouhý nadměrek, zda nejširší část nohy (v oblasti prstních kloubů) správně padne do odpovídající nejširší části obuvi, zda bota dobře sedí na nártu. Obuv nesmí nikde tlačit ani klouzat z paty.
- ✓ Neřít se častým tvrzením prodavačů, že se obuv časem přizpůsobí noze. Raději se držet osvědčeného hesla, že to, co sedí při zkoušení, bude sedět i při nošení.

**Také se čím dál více doporučuje chůze „bosky“, dokonce i ve městě, po dlažbě, betonu a asfaltu. Ale to přece není trávník...**

Chodit v létě bosky je opravdu zdravé. Stimuluje to nervovou soustavu, akupunkturní body, podporuje krevní oběh a imunitní systém. Avšak taková chůze je vhodná pouze po přirozených površích, jako je tráva, písek, kamínky. Nakonec položená otázka je již tak trochu

i odpovědí a naše asociace varuje před chozením naboso po tvrdých městských površích, jako je dlažba, beton, asfalt. Naše noha není uzpůsobena na trvalou chůzi po takovém materiálu, protože tím trpí celý pohybový aparát. Co se týká hygieny, tak zde je to samozřejmě – existuje vážné zdravotní ohrožení. Nevíme, po čem šlapeme, nejvíce exhalátů se drží ve městech na zemi, jsou zde těžké kovy a případně i další alergenní a karcinogenní látky, které nám přes kůži nohou mohou pronikat do těla zvláště při drobných prasklinách či poraněních chodidla. Určitě jste je ale viděli i speciální boty určené především na běhání, které mají co nejvíce připomínat pohyb naboso (tzv. barefooty), protože tak je to „nejzdravější“. Jenže pravda je někde jinde – přibývá hlasů expertů i výsledků odborných studií, které před nimi rovněž varují. Výrobce v Americe, odkud k nám tento trend přišel, již dokonce musí platit odškodné za to, že boty prodával coby „zdravé“, aniž pro to měl nějaký důkaz. Přesto si podobné obutí čím dál častěji pořizují lidé i na běžnou chůzi. Také „bosá“ obuv se musí používat jinak než běžné boty a jen na omezený čas!

**Ploska nohy je citlivý orgán. Dá se věřit rozmanitým nabídkám masážních bot, kdy výrobci slibují kýžené výsledky, jako je stimulace určitých bodů, která sníží únavu, stres, chuť k jídlu?**

Masážní obuv by rovněž měla být používána pouze krátkodobě. Opravdu může tato obuv stimulovat veškeré vnitřní orgány a výzkumy bylo zjištěno, že nošení masážní obuvi po dobu dvou hodin člověka může osvěžit asi jako šálek kávy. Po této době bych doporučovala takové obutí vystřídat za jiný typ. Co se týká dalších účinků masážní obuvi, kromě snížení únavy, ty nebyly prozatím vědecky prokázány.

ptala se Eva Brixi

# Vůně vyzrálého srdce

**Jak se píše o perničích? V zásadě moc dobře. Jsou voňavé, hravé, vlídné na první pohled. Kdo někdy navštívil nějakou pekárnu, výrobu, perníkárnu nebo alespoň perníkovou chaloupku, určitě mi dá za pravdu, že to „tam“ krásně voní. Když jsem přicházela do sídla firmy Jaja Pardubice s.r.o. Jarmily Janurové letos v létě, venku hřálo sluníčko a kvetla spousta kytek. Z budovy číslo 536 v Přerovské ulici, kam trefí snad všechny děti z města, se linula líbezná vůně Vánoc, jarmarků, posvícení. Kromě pár týdnů dovolené se tu totiž peče každý den.**

A nejen to. Doslova každý den vymýšlí, co změnit, upravit, odebrat, čím jaký perník zkrášlit, ozdobit jinak, než je zvykem. Paní majitelka, dáma v letech podle data narození, ale podle elánu a chuti pustit se do každého experimentu mladice, na kterou jen tak někdo nemá, kromě klasického řízení „letového“ provozu každý den také přemýšlí o inovacích širokého záběru. Zkrátka vyvíjí nové a vylepšené receptury, zkouší obměny náplní, aby některé perničky chutnaly jinak, než je věrná klientela zvyklá.

Každá změna je však decentní, aby ještě povýšila přidanou hodnotu toho kterého perníčku. Všeho s mírou i v případě tak tradičního artiklu, jakou pardubický perník dozajista je. Nyní například Jarmila Janurová zkouší, čím zazáří Jaja Pardubice na dalším ročníku báječné soutěže Česká chuťovka. Loni to bylo sváteční cukroví, letos se překvapení chystá také, ale prozradit nemůžeme.

Když jsem pozorovala děvčata, tedy ženy nejrůznějšího věku i starostí, ale všechny shodného vztahu k práci, která jim nese živobytí, jak těm drobným kouskům dodávají kuráže i požehnaní do života, jak je přizdobují, balí i opatrně připravují k expedici, jak se tu míchá těsto, dává se odpočinout na tři dny, jak se posléze rodí až umělecká díla bohatě malovaná,

klaněla jsem se v duchu proslavené ruční práci místních. Nemohla jsem než obdivovat jejich zručnost, fortel, smysl pro krásu, úhlednost. A když jsem se ocitla ve skladě, kde jednotlivé zakázky čekaly na odvoz, zdálo se mi, že jsem v říši pohádek, že jsem se vrátila do knížek dětství nebo zavítala do filmového atelieru. Zkrátka, tady se najde snad všechno, nač si jen vzpomenete. Klasická srdíčka z lásky, kytara, pivečko s pořádnou pěnou, nákladáky i traktor, figurky zvířat nebo klasické perníkové chaloupky. Brzy k nim přibudou vánoční svíčky, kostelíčky, betlémy, zvonečky, tedy perníček zdobený klasickým bělostným sněhem, jenž barvě českého perníku dodává noblesní eleganci a zimní vznešenost.

V této místnosti si člověk užije také dostatek zábavy – mezi exponáty, na kterých si už už někdo pochutná, je řada kadibudek, nechybí nočník v královském provedení, vodník či strašidlo. Mohla by být třeba i školní tabule s prostorečnými nápisy, za něž bývají poznámky v žákovské knížce, tajemný vynálezce nebo mořská panna, zkrátka, co si kdo vymyslí, tady upečou a nazdobí.

Není divu, že mezi zákazníky přibývá firem, které již zdaleka neobjednávají dobroty jen k příležitostem vánočním či velikonocním, ale také na rozmanitá setkání, semináře, konference, dostihy... Jako výslužka pro svatebčany se perničky rovněž hodí stejně jako ozdobičky na vánoční stromeček.

Oblíbené jsou perníkové dezerty a minidezerty, tedy plněné perničky nejmilejších tvarů, barev, plev, náplní. Nyní třeba s příchutí pomeranče. Ochutnala je již nejedna známá osobnost, ať již europoslanci, naše redakční rada, politici, sportovci, básníci, management firem, novináři.



Produkcí Jaja Pardubice důvěrně znám. Na tajemství, která nemohou být vyražena, se neptám. Jedno však přece vím: bez pro-

sté lásky k oboru, který Jarmila Janu-

rová zvolila, by se málo co podařilo. K tomu, aby její podnikání přinášelo ostatním tu správnou radost, neslouží jen značné osobní nadšení, chuť tvořit, ale také investice, často z osobních úspor, úsilí o navazování nových kontaktů, snaha dát o svém kolektivu třicítce lidí vědět. Pomáhá smysl pro humor, protože bez něj se úsměvné perničky péct nedají. Řízení firmy není snadné, s organizací práce si však Jarmila Janurová umí dobře poradit. Horší je to dnes se sháněním šikovných specialistek na zdobené perničky nebo s vyřizováním rostoucí administrativy, z toho moc velkou radost nemá. Narůstá totiž počet zakázek...

Eva Brixi



# Se značkou CCS spojila svůj profesní život



S logem a nabídkou služeb společnosti CCS se potkáte téměř na všech čerpacích stanicích v České i Slovenské republice. CCS Česká společnost pro platební karty s.r.o. je v současnosti se svými produkty největší firmou svého druhu ve střední a východní Evropě. Na trh vešla

1. září 1991. Přesně o rok později do ní nastoupila jako řadový pracovník vystudovaná učitelka Hana Ševčíková. Postupně se propracovala až do top managementu – na pozici provozní ředitelky a jednoho ze dvou prokuristů společnosti.



Hana Ševčíková

**Se značkou CCS jste tedy téměř od jejího počátku...**

Přesně tak. Nastoupila jsem na základě inzerátu 1. září 1992, tedy v den prvních narozenin firmy. Pamatuji si, že jsem tehdy přišla po mateřské dovolené první den do práce a kolegové mě rovnou zvali na večírek k ročnímu výročí společnosti. Původním povoláním

jsem ale učitelka. Myslím, že v současné době by už taková kariéra, jakou zažívám já, nebyla myslitelná. Ale v devadesátých letech potřební profesionálové na trhu nebyli. Manažeri v současném slova smyslu neexistovali, a lidé, kteří měli chuť něco dokázat a práce je bavila, se mohli vypracovat na pozice, o kterých na počátku kariéry třeba ani ve snu neuvažovali.

**Vyměnit ale zaměstnání učitelky za práci ve firmě na palivové karty, to je docela velká změna...**

Nepochybně. Původně jsem chtěla být učitelka a práce mě opravdu bavila. Pak ale zasáhl osud, a všechno bylo jinak. Chtěli jsme s manželem naši prvorozené dceři pořídit ještě bratříčka, a narodila se nám rovnou dvojčata. Krásné bylo, že jsem se dozvěděla pouhé tři týdny před porodem, že místo jednoho miminka budou dvě. Představa, že po mateřské budu dál učit ve škole, už pak ve mně takové nadšení nezbuzovala. Děti se narodily v roce 1987 a já jsem si o pět let později začala hledat novou práci. Lis-topad 1989 jsem strávila s dětmi doma, a potom už bylo všechno jinak. Když nastal čas návratu do zaměstnání, začala jsem pročítat inzeráty a vytipovala jeden od firmy CCS. Mojí první pracovní náplní bylo zpracování dat. Jednoduše přede mě tehdy položili obrovskou krabici plnou objednávek, změn ve smlouvách a podobných záležitostech a řekli mi, ať je co nejdříve zpracuji. Brala jsem to jako výzvu.

**Měla jste tedy v rukou doslova základy podnikání firmy – na vás záleželo, jak získáte a obsluhujete řadu budoucích klientů, tedy jak si poradíte s tím nejdůležitějším...**

První zákazníci už karty používali několik měsíců, ale největší potenciál – jména a kontakty dalších zákazníků měla CCS právě v těch krabicích. Myšlenka nabízení služeb spojených s palivovými kartami se zrodila v hlavě jednoho ze zakladatelů firmy. Za minulého režimu, když tehdejší podniky a organizace v bývalém Československu potřebovaly tankovat, dostávali řidiči papírové poukázky na litry pohonných hmot. Po roce 1990 se ale trh s čerpacími stanicemi liberalizoval, vstoupily sem firmy jako Shell, OMV a další, a s nimi i nabídka různých cen za PHM. Poukázky na ně tím pádem ztratily smysl a skončily. Všechny tehdy ještě státní subjekty musely začít platit pohonné hmoty hotově. Dávaly zaměstnancům zálohy, jejichž skutečné použití na pohonné hmoty se velmi obtížně kontrolovalo. Zakladatele CCS inspiroval systém v Německu, kde měli kartu a vlastní terminály. CCS tedy vznikla jako společnost založená Benzinou a jednou německou lokální společností, která poskytla základní know-how, včetně terminálů. Od založení v září 1991 se začaly postupně podepisovat smlouvy s obchodními místy, a vznikala tak akceptační síť. V březnu násled-

dujícího roku pak CCS začala vydávat první karty a okamžitě se začaly v CCS vršit stohy objednávek od dalších a dalších zájemců.

**Začínala jste u třídění jmen budoucí databáze. Přes jaké pozice jste se dostala k té současné, kdy jste zároveň provozní ředitelkou i jedním ze dvou prokuristů společnosti?**

Asi po půl roce vzniklo z „třídění krabic“ oddělení, které se jmenovalo Správa zákaznických účtů a já se stala jeho vedoucí. V roce 1997 pak došlo k významné změně v CCS. Její tehdejší majitelé vytvořili holding, do kterého spadalo zhruba deset spřátelených firem, které buď spolupracovaly s CCS, nebo byly nějak provázané. Tehdejší management se začal věnovat řízení holdingu a v CCS potřebovali do vedení nové lidi. Rozhodli se dát jako prvním šanci lidem z CCS.

**Tento trend v personalistice panuje v CCS dosud?**

Dá se říci, že ano. Samozřejmě přišli i lidé z venku, ale ve většině případů se v první řadě hledá vhodný člověk uvnitř firmy. Tehdy v roce 1997 mně zavolał obchodní ředitel společnosti a nabídl mi pozici obchodní ředitelky v CCS. Pro mne to bylo jako blesk z čistého nebe. Dostala jsem pár dní na rozmyšlenou, nabídku jsem poté přijala a setrvala v této funkci do roku 2000. Následujících jedenáct let jsem pak měla na starost úsek služeb zákazníkům. V jejich průběhu ale došlo k naprosto radikální změně, když v roce 2006 převzal společnost CCS investiční fond. Od roku 2007 vlastní CCS americká společnost Fleetcor.

**Provozní ředitelkou CCS jste tedy od roku 2011?**

Ano. Od té doby mám v péči ce-

lou naši akceptační síť, kontaktní centrum, oddělení zákaznické podpory karet a zákaznické podpory produktu monitorování vozidel – Carnet, a to jak pro Českou republiku, tak pro Slovensko. Práce mám opravdu hodně, ale baví mě hlavně proto, že jsou přede mnou stále nové výzvy.

**Během svého mnohaletého působení u CCS jste zažila i několik zlomových okamžiků. Bezesporu jste při jejich řešení musela myslet na svou rodinu a osobní život. Co pro vás bylo rozhodující? Co potřebuje žena, aby mohla jít výzvám naproti?**

Určitě dobré rodinné zázemí. V mém životě hraje velkou roli můj manžel. Bez jeho trvalé podpory a aktivního zapojení do péče o děti a jejich výchovy by mnohé nešlo. Letos jsme oslavili 32. výročí svatby, a předtím jsme spolu ještě sedm let chodili. Máme léty prověřený vztah, můžeme se jeden na druhého spolehnout a poji nás řada společných zájmů.

**Odkud tak čínorodá žena jako vy bere energii?**

Mám ráda aktivní odpočinek, a nejvíce mě nabíjí práce na zahradě. Miluji květiny, máme jich hodně i doma. Trochu to u nás vypadá jako v botanické zahradě. A zoologické vlastně také. Můj manžel je totiž zase milovníkem všech možných zvířat, takže máme asi čtyřicet papoušků, několik sov pálených, hady, chameleona... Občas se k nám chodí na zvířátka dívat dokonce i děti ze školy z Veltrus.

**Práce mám opravdu hodně, ale baví mě hlavně proto, že jsou přede mnou stále nové výzvy.**

**Hodně se nyní diskutuje o rovnoprávném postavení**

**žen, o jejich uplatnění v profesi tak, aby při tom ještě zvládaly roli matky a péči o rodinu. Jak vnímáte toto téma?**

Mohu mluvit pouze z vlastní zkušenosti. Pracuji naštěstí ve firmě, která ženy nijak nediskriminuje a nedělá rozdíly ve výši platů mužů a žen. V jednom období dokonce tři čtvrtiny managementu tvořily ženy. Bohužel zdaleka ne v každé profesi a v každé firmě to platí stejně. Samozřejmě se mi líbí, pokud se muži chovají k ženám galantně, pomohou do kabátu, otevrou dveře, zkrátka ženu akceptují. Na druhou stranu jsem ale proti jakékoliv diskriminaci, tedy i mužů na úkor žen.

Milan Hulínský ■■■  
foto: CCS

### **CCS Česká společnost pro platební karty s.r.o.**

je významným poskytovatelem palivových karet a služeb monitoringu firemních vozidel na českém trhu. Stěžejní činností CCS je vydávání a správa firemních palivových karet, díky kterým mohou klienti pohodlně platit za tankování pohonných hmot do služebních vozidel, a mít přitom dokonalý přehled o všech transakcích a provozních nákladech firemní flotily při minimální administrativní náročnosti.

S kartami CCS je možné bezhotovostně nakupovat PHM u více než 90 % čerpacích stanic v České republice, v široké síti na Slovensku i po celé Evropě. CCS jako jediná společnost v ČR disponuje reálnými aktuálními cenami PHM, které denně aktualizuje v mobilní aplikaci TankNavigator.



# Více než 40 % lidí chce být stále k zastižení

V mezinárodním měřítku platí, že 42 % lidí připojených k internetu rozhodně souhlasí se stanoviskem „Je pro mne velice důležité, abych byl/a kdykoli a kdekoli k zastižení“ – a pouze 11 % rozhodně nesouhlasí. Na druhou stranu jsou tu čtyři země – Německo, Švédsko, Kanada a Holandsko, které jdou proti tomuto trendu, neboť zákazníků připojených k internetu, kteří rozhodně nesouhlasí, je více než těch, kteří rozhodně souhlasí.

Podle průzkumu GfK zahrnujícího 22 zemí je v Rusku a v Číně nejvíce lidí online, kteří rozhodně souhlasí s tím, že je pro ně důležité být kdykoli a kdekoli k zastižení – v každé z nich je to 56 %. Po nich následuje Turecko s 53 %. Jsou to jediné tři země z tohoto průzkumu, kde s tímto postojem rozhodně souhlasí více než polovina všech zákazníků online. Ještě se k nim blíží Mexiko s 50 %, ale pak následuje velká mezera, po níž následují další země s vysokým procentem takto smýšlejících lidí: v Polsku je to 41 %. Proti tomuto trendu směřuje Německo, Švédsko, Kanada a Holandsko. Toto jsou jediné země z daného průzkumu, v nichž je větší počet těch, kdo rozhodně nesouhlasí s představou, že je důležité být stále k zastižení. V Německu s tímto postojem rozhodně nesouhlasí více než třetina (34 %) dotazovaných oproti 16 %, kteří rozhodně souhlasí. Po něm následuje Švédsko s 28 % oproti 22 %, Kanada s 24 % oproti 23 % a Holandsko s 23 % oproti 22 %.

## Pro téměř polovinu lidí ve věku 30–39 let je důležité být „stále k zastižení“

Pokud jde o různé věkové skupiny, lidé mezi třicítkou a čtyřicítkou mají největší sklon k tomu být neustále k zastižení – skoro polovina (47 %) rozhodně souhlasí s tím, že je to důležité. Pak následuje skupina 20+ s 45 % a za nimi -náctiletí (15–19 let) s 43 %. Věková skupina nad čtyřicet let je v těsném závěsu s 42 %. Ale u lidí nad 50 let potřeba být stále k zastižení významně klesá – ve věkové skupině 50–60 let je to třetina (33 %) a mezi lidmi nad 60 let je to pouze 29 %.

## Potřeba být „stále k zastižení“ je o něco vyšší u žen

Podíváme-li se na rozdíl mezi pohlavími, u žen je o něco pravděpodobnější než u mužů, že budou považovat možnost být „stále kdekoli k zastižení“ za důležitou (43 % žen oproti 40 % mužů). Pokud jde o ty, kteří rozhodně nesouhlasí, je rozdíl ještě menší – je to 10 % žen a 11 % mužů. (tz)



Koho a co mám ráda

## Červenou jsem hledala dlouho...

Červená je barva, která vládne alespoň trochu každou sezónu. Zvláště jde-li o líčení rtů. Kolik roků je již na výsluní? A kolik má odstínů? Jak si vybrat tu správnou? Cesta k mé červené byla dlouhá, spletitá a trvala mnoho let. Vyzkoušela jsem za tu dobu téměř deset jiných odstínů. Každý z nich byl přípustný, ale žádný stoprocentní. Až jsem se setkala s tím, který u Sothys Paris nazývají Rouge Monceau. Střední červená s kapkou růžové – decentní, veselá, smyslná zároveň. Má stálice, kterou se mohu nalíčit pro jakoukoli příležitost, v jakémkoli ročním období. Její textura je krásně krémová, vláčná, a přesto má obdivuhodnou intenzitu a výdrž. Přilnula ke mně jako velká přítelkyně. Nebo jsem snad já citově a esteticky padla do oka jí? Na obrázku ale máte jinou rtěnku této značky, červená je totiž nevyzpytatelná...

Kateřina Šimková



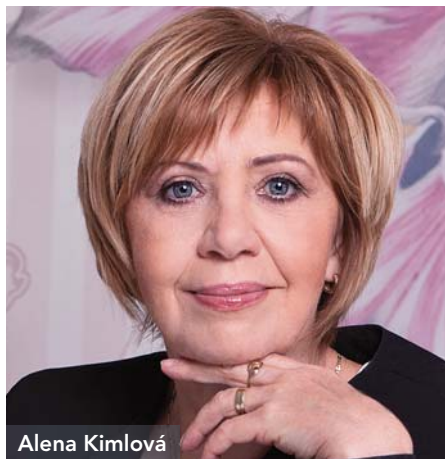


# Kosmetika s přidanou hodnotou: vztahem a komunikací

**Je vám báječně a máte energii na rozdávání? Víte, že jste pro sebe udělala přesně to, co bylo potřeba? Pak je to nejlepší řešení, jakého jste mohla docílit. Těšte se z něj!**



Ing. Andrea Trčková



Alena Kimlová

Vztah člověka ke svému já bývá občas trnitou cestou. Nedostatek času, nadměra potřeb, zejména na těch hmotných, kariéra, snaha seberealizovat a uplatnit se na trhu práce – to vše nás vede ke stresu, k neúměrné zátěži organismu, žel, i k řadě civilizačních nemocí. Nastávají však chvíle, kdy si člověk řekne: a dost, musím žít jinak! A začíná rozmyslet, jak vnést do svých dnů pořádek, více klidu, zdravého sobectví. Návodů, jak na to, lze získat z nejrůznějších zdrojů spousty. Ženy často sází na delší spánek, procházky, jinou organizaci práce doma i ve firmě. Z drobných radostí jsou to pak masáže nebo dokonalejší kosmetická péče. Dospěla jste právě k takovému rozhodování?

Pak bych vás ráda navedla k jedné francouzské kosmetické značce, kterou sice z našich stránek určitě znáte, ale... Tou je GERnétic. Již dvacet let ji na českém trhu exkluzivně zastupuje firma LK Servis se sídlem v Praze 6 ve Slánské ulici, v místě, kde se také nachází hlavní školicí centrum a kosmetické studio. Tam se rovněž letos v květnu slavilo. Ne megalomansky, spíše komorně, tak, aby si každý užil každého, aby byl čas na popovídání, seznámení se s novými lidmi, zajímavými osobnostmi z businessu i scén uměleckých. Slavilo se tak, aby byla pohoda a kapky deště, který přišel o pár hodin dříve, než měl, symbolizovaly vláhu duši, kterou všichni tolik potřebujeme. Prezentovaly se novinky, zkoušelo se, naslouchalo, přátelilo.

A to je právě ten charakteristický rys kosmetiky GERnétic. Nehraje si na velikána, který chce reklamou nebo známými tvářemi dobýt svět. Jde cestou pozorného vnímání člověka a po stopě inovátorských poznatků svého zakladatele, lékaře a biologa Dr. Alberta Laporta, s vidinou, že se na základě zkušeností s jednotlivými přípravky

a osobními referencemi budou věhlas preparátů a jejich jedinečné účinky šířit dál. A funguje to. Určitě se zeptáte, proč. Zcela jistě proto, že se v GERnétic o vás vždy postarají, jako byste patřili k jejich týmu pozorných a citlivých kosmetiček. Ty totiž vědí, že k nim nepřicházíte jen z rozmaru, že nemáte co dělat. Jejich klientela, převážně dámská, zpravidla potřebuje řešit určitý problém, ať už se týká pleti jako takové, nadměrné pigmentace, zápasu s vráskami, ošetření dekoltu, touhy po relaxaci a uvolnění pod odborným dohledem. Snaha cítit se a vypadat lépe se prolínají a mají logiku. Jde takříkajíc o restart duše i těla. Kosmetičky jsou zároveň psychoterapeutky. Na začátku každého ošetření proběhne krátký pohovor, při kterém se vás zeptají na váš zdravotní stav, životní styl. To proto, aby dokázaly sestavit vhodný postup, aby rozpoznaly, v čem tkví vaše potíže, aniž to vy sami tušíte. Pak již nastává alchymie, to velké tajemství, know-how či jak tomu kdo říká, protože značka GERnétic je kosmetikou sofistikovanou, tedy ten, kdo ji aplikuje, musí přece jen něco vědět o tom, co lze použít a co ne, v jakém pořadí a na jakou závalu vaší pokožky. Až to všechno začne fungovat, pak si klient teprve kupuje přípravky do domácí péče a sám aplikuje. Může kombinovat s vynikajícími doplňky stravy, které byly vyvinuty k podpoře krémů, sér, masek či zábalů. Ostatně, GERnétic byl vždy ve vývoji o kousek napřed před konkurencí, aniž se tím chlubil a chlubí. Filozofie značky je založena na předpokladu, že pokožka odráží vnitřní stav organismu. A kosmetická péče neřeší pouze násled-

ky, ale snaží se odstranit i vnitřní příčiny potíží. GERnétic zamezuje předčasnému stárnutí pokožky, ošetřuje tukové polštáře, celulitidu, zpevňuje a modeluje poprsí. Zároveň dokáže pomoci při projevech akné, vrásek, jizev, ekzémů, popálenin či lupénky.

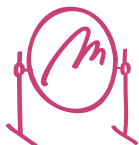
**Alena Kimlová, hlavní kosmetička, vysvětlila:** „Naše kosmetika dbá na ucelenou péči a celkový zdravotní stav klientely. Název GERnétic se skládá ze dvou slov: gerontologie a genetika. Gerontologie je věda, která zkoumá změny v lidském organismu v závislosti na stárnutí, a dále zdravotní, psychologické a sociální důsledky stárnutí. A genetika je disciplína, která se zabývá zákonitostmi a mechanismy dědičnosti, včetně chorob a možnosti prevence. To jsou dva odrazové můstky, na jejichž základě dnes mohou zájemci vybírat z více než 80 produktů, jako je vlnková loď Synchrono, nebo například přípravky Glyco, Derma, Vasco, Lympho, Adipo Gasta a další. Princip je v kombinovatelnosti podle diagnózy každého klienta na míru.“

**Ing. Andrea Trčková, výkonná ředitelka generálního zastoupení GERnétic pro ČR a SR, doplnila:** „Naším cílem je poskytovat kosmetickým salonům profesionální zázemí, nabízet špičkové produkty a ucelený servis, který s posláním značky souvisí. Jsme týmem profesionálů, který je ochoten vždy poradit a pomoci. Snažíme se vcítit do potřeb klientek i majitelů salonů. Důkazem toho, že se nám to daří, jsou četná ocenění, hodnocení i stoupající objem prodeje.“

GERnétic je značka, která roste. Nejen díky produktům, které fungují, ale i na základě kreativní péče o příznivce značky, mezi nimiž přibývá i mužů. Komunikace je velkou přidanou hodnotou. Vztah člověka k člověku se zde buduje počínaje prvním pozdravem. Jde o náročný program, který nese ovoce. Ne nadarmo, byť v nadsázce, se říká: Slovo léčí. Toto zaklínadlo je také o hledání cest: jak to udělat, abyste se cítili lépe, abyste špli k harmonii, kterou v dnešním uspěchaném světě začíná hledat stále více lidí.

Eva Brixi





Tip pro vaše svěží já

Novinka od kosmetiky GERnétic se jmenuje Lift Crème

## Poznejte klenot mezi anti-ageingovými krémy



**Chceme a potřebujeme okouzlit každý den, vypadat jako modelky,**

**být nejužasnější šéfky, voňavé maminky, přitažlivé a osobité milenky, záviděníhodné přítelkyně a kamarádky... A celá staletí hledáme cestu, jak toho dosáhnout. Jedním z řešení je ojedinělý přípravek značky GERnétic, který v létě vstoupil na trh. Některé z vás, našich čtenářek, ho již možná vyzkoušely.**

Jde o vynikající liftingový krém na kontury očního okolí, rty a krk Lift Crème, který je žhavou novinkou nejen datem, ale i účinky této francouzské kosmetiky. Jde o omlazující krém pro nejproblémovější partie obličeje postižené vráskami a povadnutím pokožky. Vysoce účinný liftingový přípravek navrací pokožce hebkost, pevnost a viditelně ji rozjasňuje.

„Ze zkušenosti svých klientek vidím, že Lift Crème účinně eliminuje vrásky a zpevňuje

části obličeje. Ten má po aplikaci nádherný mladistvý vzhled,“ potvrdila Alena Kimlová, hlavní firemní kosmetička a školitelka GERnétic, a dodala: „Díky rychlému vstřebání je krém skvělý také pod make-up.“

### Účinné látky

V čem je tajemství? Obsažené účinné látky získané z Albízie růžové a Siegesbeckie orientalis rychle vypínají vrásky, omezují tvorbu krunhů a váček pod očima. Organický křemík je důležitým prvkem při obnově pevnosti a pružnosti pokožky a tkání. Zabezpečuje sytost a pevnost kůže. V nezávislé laboratoři ve Francii testovalo v průběhu 21 dnů krém Lift Crème 12 žen, a ty potvrdily, že:

- ✓ Známky stárnutí mizí (100 %).
- ✓ Vrásky a jemné linky kolem očí mizí (100 %).
- ✓ Vyhlazení vrásek v okolí rtů (100 %).
- ✓ Pokožka na krku je pevnější (100 %).
- ✓ Váčky pod očima mizí (100 %).
- ✓ Pleť je hladší (100 %).
- ✓ Kontury očí jsou rozjasněné (100 %).

Delikátní jemná vůně, luxusní high-tech obal ideální do každé kabelky o objemu 40 ml s dávkovačem, to vše činí z krému nadstandardní přípravek, který ocení každá žena.



### Aplikace je úplně jednoduchá

Přípravek aplikujeme ráno na závěr ošetření lehkými tahy v malém množství na obličej a krk s vyšším zaměřením na oblast očí (horní i dolní víčka) a okolí úst.

**(red)**

[www.gernetic.cz](http://www.gernetic.cz)  
Staňte se našimi fanoušky:  
[www.facebook.com/GERnetic.cz](https://www.facebook.com/GERnetic.cz)



Fejeton

## Klid na venkově?

Už i protřelý světooběžník Karel Gott podlehl kouzlu venkova. Staví nové rodinné sídlo na vsi ve Šluknovském výběžku a můžeme očekávat, že letošní Vánoce už neoslaví ve své pražské vile na Bertramce, ale daleko od hlučícího davu. S vyšším věkem totiž (zpravidla) vchází do života nejen moudrost, ale i potřeba klidu vně i uvnitř. A ten se lépe hledá na samotě u lesa než na refýži v ulicích české metropole. Jenže s tím božským tichem a mírem to ani na vesnici není už hezky dlouho to, co bývalo.

Lidé se tam chtějí vyrovnat městu nejen životním stylem, ale i hlomozem. Čím je ho víc, tím se cítí důležitější, a ten, kdo nehlučí, jako kdyby nebyl. Ani se tomu vlastně nedivím.

Pro člověka, který tráví zasloužený odpočinek někde na vejminku v Polabí nebo na Vysočině, bývá každá, byť sebemenší událost, příjemným vzrušením. Stačí, když kolem přejede traktor s valníkem hnoje, a hned je o čem mluvit. Jednak Franta za volantem rád odpoví na pozdrav, a hlavně, kvalitní chlévské mrvy je věčné téma. Ať si kdo chce,

co chce, říká, dříve voněla jinak a líp. Doslova „božím požehnáním“ bývá pro venkovana moderní zahradní technika. Dřív musel vystáčet s kosou, jež seče tiše, s jemným švunkem a spokojí se jen s občasným naklepáním a obtažením brouskem. Teď musí mít doma každý hospodář motorovou sekačku. Když se dá do díla, nepřeslechnou to ani přespolní. Naštěstí od jara do podzimu není o narostlou trávu nouze a výbušný či elektrický motor nikdy dlouho nezahálí.

Zatímco sekání zahrad, příkopů a jiných zelených ploch je záležitostí spíše sezonní, dřevo se musí řezat celý rok. Ruční pily se svým charakteristickým, diskretním zvukem už také vystřídaly ječivé cirkulárky a motorovky. Často

se v obci navzájem přerývají hned z několika stran. Takový koncert dokáže spolehlivě vyplnit nedělní nudu a není výjimkou, když se přes sváteční poledne protáhne až do podvečera. Přes to všechno ale místní na všechno nestačí. Venkovské usedlosti se vyliďňují, uprázdněný prostor po starousedlících obsadili luffáci. Mýlil by se však každý, kdo by se domníval, že sem přijeli za osvěžujícím vzduchem, šumícími hvozdy a poezií Starých pověstí českých.

Každý nově příšlý Pražák se musí na vsi nejprve etablovat rekonstrukcí chalupy. Aby si získal v okolí náležitý respekt, měl by grunt srovnat se zemí a na vzniklém rumišti vystavět luxusní rezidenci. A to je doprovázeno obrovským hlukem – čím větším, tím lépe.

Ani když chalupář s přestavbou skončí a zabydlí se, s rámusem nepřestane. Naopak chce ukázat venkovanům, jak výkonnou a hlučnou mechanizaci je vybaven. Tím ukáže, že není žádný chudák a že k dílu se umí postavit. Sousedé mu to nemají za zlé. Naopak, chtějí hozenou rukavicí zvednout a cizí „náplavu“ vydávanými decibely ještě trumfnout. Venkov sice o svůj půvab nepřišel, ale ticho tam dnes nehledejte. Za zavřenými okny v pražském činžáku si ho vychutnáte víc.

Pavel Kačer



# Business v Česku se koncentruje v Praze a Brně

Podnikatelé pro sídlo své firmy nejčastěji volí hlavní město. Pražskou adresu má více než 44 procent, tedy 193 000 společností, což v přepočtu představuje 15 firem na 100 obyvatel. Celorepublikový průměr, po vyloučení Prahy, která statistiky výrazně zkresluje, činí 2,6 firmy na 100 lidí. Informace v červenci zveřejnila poradenská společnost Bisnode, která má ve svých databázích k dispozici údaje o všech podnikatelských subjektech v Čechách a na Slovensku.



foto Freeimages

V hlavním městě Praze žije 12 % celkového obyvatelstva České republiky, zatímco sídlo zde má více než 44 % českých firem. Na stovku Pražanů tak připadá 15,2 společností. Celorepublikový průměr činí 4,1 firmy na 100 obyvatel, po vyloučení Prahy, která statistiky výrazně zkresluje, to je 2,6 firmy na 100 obyvatel. Nad celorepublikový průměr dosáhl vedle Prahy už jen Jihomoravský kraj s brněnskou metropolí. Žije zde 11 % obyvatel ČR a je zde registrováno 11 % tuzemských firem (nejvíce v Brně), což představuje více než čtyři společnosti na 100 obyvatel. „Praha a Brno jsou jednoznačně nejatraktivnějšími místy pro podnikání českých a zahraničních firem. Obecně platí, že větší města přitahují podnikatelské subjekty kvůli větším obchodním příležitostem na trhu, ale také vyšší prestiži a obchodním možnostem dané lokality. Na druhou stranu v hlavním městě mají registrované sídlo také subjekty, které podnikají jinde. Praha je totiž z pohledu četnosti finančních kontrol považována za daňový ráj,“ zhodnotila statistiky analytička Bisnode Petra Štěpánová.

(tz)

## Rozložení podnikatelské základny

kraj	počet firem*	podíl na celku	počet obyvatel**	podíl počtu obyvatel	počet firem na 100 obyvatel
Jihočeský kraj	15 068	3,45 %	637 834	6,04 %	2,36
Jihomoravský kraj	49 558	11,35 %	1 175 023	11,13 %	4,22
Karlovarský kraj	9584	2,19 %	297 804	2,82 %	3,22
Královéhradecký kraj	12 895	2,95 %	551 421	5,22 %	2,34
Liberecký kraj	11 017	2,52 %	439 639	4,17 %	2,51
Moravskoslezský kraj	30 029	6,88 %	1 213 311	11,50 %	2,47
Olomoucký kraj	13 720	3,14 %	634 720	6,01 %	2,16
Pardubický kraj	10 988	2,52 %	516 149	4,89 %	2,13
Plzeňský kraj	15 515	3,55 %	576 635	5,46 %	2,69
Praha	193 058	44,20 %	1 267 449	12,01 %	15,23
Středočeský kraj	33 667	7,71 %	1 326 857	12,57 %	2,54
Ústecký kraj	18 422	4,22 %	822 850	7,80 %	2,24
Vysočina	8518	1,95 %	509 475	4,83 %	1,67
Zlínský kraj	14 735	3,37 %	584 676	5,54 %	2,52
<b>celkem</b>	<b>436 774</b>	<b>100,00 %</b>	<b>10 553 843</b>	<b>100,00 %</b>	<b>4,14</b>

\* statistika zahrnuje jen „kapitálové“ společnosti, tj. společnosti s ručením omezeným a akciové společnosti, nikoliv například komanditní společnosti nebo společenství vlastníků apod., květen 2016

\*\* zdroj: ČSÚ (data k 1. 1. 2016)

zdroj: Bisnode

INZERCE

# VYCHUTNEJTE SI KÁVU BEZ STAROSTÍ!

**KÁVU DODÁME  
KÁVOVAR ZAJISTÍME  
O SERVIS SE POSTARÁME**

**WWW.KAVADOKANCELARE.CZ**

# Vinentka v průběhu dějin dobykla Vídeň i Čínu

Když 29. listopadu 1780 zemřela ve Vídni císařovna (a česká královna) Marie Terezie, znalo již hlavní město Rakouska minerální vodu z Luhačovic. Právě od roku 1780 ji vozili luhačovičtí občané, zvaní vodáci, na vozech v sudech až do Vídně. Nevíme, zda zázračnou vodu z Luhačovic ochutnal některý z císařů a synů Marie Terezie, Josef II. či Leopold II. Víme však, že luhačovičtí občané položili základ mezinárodnímu věhlasu této minerálky, kterou dnes znají i Číňané.

O vznik lázní v Luhačovicích se zasloužil šlechtický rod Serényiů. Koncem 18. století dal v Luhačovicích hrabě Vincenc postavit první léčebná a ubytovací zařízení. Vincentka dostala jméno právě po hraběti Vincenci v roce 1792. Vincentka šla ve Vídni a později i v jiných městech dobře na odbyt v restauracích, vinnárnách a lékárnách. Vídeň zůstala Vincentce věrná celé roky. V roce 1883 byla udělena minerální vodě Vincentka stříbrná medaile na mezinárodní lékárnické výstavě ve Vídni. Od roku 1820 byla Vincentka plněna do lahví. V roce 1851 byla u pramene Vincentky postavena první plnárna a skladiště lahví. Téhož roku se z Luhačovic vyvezlo 160 000 lahví o obsahu 1,5 l. V letech 1946–1949 se při výstavbě nové lázeňské kolonády vybudovala zcela nová budova plnárny s nejmodernějšími plnicími lin-



kami té doby. Ročně se zde potom naplnily necelé dva miliony lahví. Jan Šumšal, ředitel společnosti Vincentka, a. s., která vlastní práva na plnění minerální vody do lahví, k tomu uvedl: „V současnosti naše společnost Vincentka ročně prodává více než čtyři miliony lahví Vincentky o obsahu 0,7 litru. Zhruba 10 % tržeb tvoří export na Slovensko, do Ruska, na Ukrajinu, do Číny, Estonska a v menším množství do Maďarska. V minulosti jsme vyváželi i do tak exotických zemí, jako je Kazachstán nebo Kypr.“

Světověznámá minerální voda z přírodního léčivého zdroje vyvěrající v Lázních Luhačovice – Vincentka, je také označována jako „lék našich babiček“. Tento kompliment jí velice sluší a její léčivé účinky prověřila staletí. Vincentka svým obsahem a vyvážeností minerálních solí a prvků umožňuje rozpouštění hlenů v dýchacích cestách, žaludku a střevěch. Doporučována je k pitným a inhalačním kúrám při onemocnění cest dýchacích, hlásivek, při chorobách látkové výměny, vředové choroby žaludku, dvanácterníku a jejich pooperačních stavech, cukrovce, chronickém zánetu slinivky.

Vinentka pomáhá regenerovat vnitřní prostředí člověka po velkých ztrátách potu, ke kterým dochází při těžké fyzické práci, sportu, pobytu v horkém prostředí a horečnatých onemocněních.



Vhodná je i pro prevenci zubního kazu dětí v dávce 0,25 l/den.

Minerální voda Vincentka se svým osmotickým tlakem 634,7 kPa velmi blíží osmolaritě lidské krve, intracelulárních tekutin, tedy vnitřnímu prostředí člověka. Při pití je proto dobře snášena i ve větším množství, nevyvolává diskomfort v zažívacím traktu a nepůsobí nepříjemně na sliznicích dýchacích cest, je-li použita k inhalaci jako aerosol.

foto Fotoarchiv Muzea jihovýchodní Moravy ve Zlíně

INZERCE



Mgr. Jarmila Podhorná

## K 24 Doplněk z bylin pro posílení a podporu detoxikace

Kúra pomáhá překonávat následky a urychluje rekonvalescenci po prodělané borelióze.

Složení kúry:

TOPOL T42 BRÍZA P2 ČERNÝ RYBÍZ-BOROVICE-VINNÁ RĚVA P9 JALOVEC P15

Mgr. Jarmila Podhorná - NADĚJE  
objednávky na tel./fax: 582 391 207, GSM: 737 525 301 poradna: 582 391 254  
798 46 Brodek u Konice 3  
e-mail: objednavky@nadeje-byliny.eu

[www.nadeje-byliny.eu](http://www.nadeje-byliny.eu)

