

Madam[®] BUSINESS

PROSPERITA

říjen 2016

Nevěrná nostalgie podzimu

Eva Brixi

Nostalgie podzimu
Ušitá mi na míru
A tichá vůně všeho
K ďáblu chystá moje tělo
Ložnice praská ve švech
Chci být věčná
Nejšťastnější ze všech
Nekonečná

U krbu nám voní dřevo
Plamen nedbá na manželské krédo

Nostalgie podzimu
A vlahé kapky mlhy
Zrcadlí mé touhy
K tomu tvoje vlohy
Sklonky dne i noci
Šeptají si o pomoci
Listí padá
Šustí moje záda
Když tajně za kostelem randím
A hříchy ctím
Jak vodu svčeenou
Líbám tě svou nevěrou

Karolína Topolová

Respektovat podřízené
a učit se od lepších

rozhovor na stranách 10–11

DKNY představuje novinku – příběh svádění

Parfém, který zatoužíte mít. Základ „velkého jablka“ je příběhem svádění. DKNY Be Tempted přináší vzrušující pocit z nové vůně, vycházející ze svůdnosti ovoce.

Ve vrchních tónech vás upoutají přitažlivé pupeny černého rybzu mísící se s kouzlem lékořice a opojením ze šťavnatého červeného ovoce. Pikantní citron a jablko přidávají vůni omamný zvrát.

Srdce vůně je osvěžující vír ženskosti a vášně, s luxusním růžovým olejem, který splývá s výrazným kouzlem fialky a bohatého pomerančového květu.

Exotický olej z pačuli se sbíhá s krémovým šálením vanilky a tajemných intrik myrhy.

Luxusním červená skleněná lahvička s kovovým víčkem ozdobeným symbolem hada by se měla stát součástí vaší kabelky.

DKNY Be Tempted bude dostupná od října 2016 exkluzivně ve vybraných parfumeriích.



Mít svůj vlastní prostor a zodpovědnost



Mgr. Ladislava Fialová

2x foto Atelier Fotogaba



Mgr. Ladislavu Fialovou, majitelku společnosti ALTRO Management Consultants s.r.o., jsem potkávala léta při nejrůznějších podnikatelských a manažerských příležitostech. Vždycky jsme se pozdravily, prohodily pár slov, a tím komunikace skončila. Až nedávno jsme měly prostor si více popovídat. Uvědomila jsem si, že je přesně tou osobností, která patří do naší Madam Business:

Před 20 lety jste se rozhodla jít vlastní podnikatelskou cestou a následně založila firmu ALTRO Management Consultants s.r.o. Co vás k takovému radikálnímu kroku vedlo? Váhala jste, tušila rizika? Nebo jste byla skálopevně přesvědčena, že je potřeba udělat radikální změnu v profesním životě?

Na počátku své kariéry jsem neměla naprosto žádné tušení, že bych jednou mohla podnikat. Začala jsem pracovat v nadnárodní společnosti na personálním oddělení a postupně jsem zjistila, že korporátní svět není pro mě. Jsem člověk velmi dynamický, ráda posouvám věci vpřed a potřebuji vidět rychle výsledky. Zdlouhavost korporátních procesů nebylo nic pro mou trpělivost. Odešla jsem do menší personální agentury, kde jsem však navzdory svému velkému očekávání pobyla velmi krátce. Nicméně oblast personálního poradenství a výběru zaměstnanců mě velmi oslovila, proto jsem přijala nabídku

jiné personální společnosti. A tady začíná pomalu můj podnikatelský příběh. Původní partneri se rozešli a já jsem zanedlouho dostala nabídku pozice partnera. Nejdříve jsem ji odmítla, nebyla jsem si jistá, jestli zvládnu takto časově náročnou pozici skloubit s rodinným životem. Dala jsem si takový půlrok nanečisto a pak vstoupila do neznámého podnikatelského světa. Založili jsme novou personální společnost a de facto začali od nuly. O rizicích jsem moc nepřemýšlela. Chtěla jsem dělat práci, která mě nesmírně bavila, rozhodovat o věcech dle svého přesvědčení, a hlavně reagovat v čase, který situace vyžaduje. Prostě mít svůj vlastní prostor a zodpovědnost. Po 12 letech se naše společná představa o dalším směřování firmy začala rozcházet a já jsem skutečně udělala radikální řez a šla si svou cestou navzdory přicházející krizi. Společně s týmem, který mě následoval, jsme přejmenovali původní společnost na ALTRO Management Consultants.

Proč zrovna ALTRO? I vaše motto je velmi osobité...

Dlouho jsme přemýšleli, jak firmu přejmenujeme. Potřebovala jsem změnu, nový vítr. Chtěla jsem, aby v názvu bylo něco, co nás charakterizuje. Náš business je hlavně o odbornosti, přístupu a důvěře. Důvěra se nedá koupit, tu si musíte získat. Klienti nám často říkali, že jsme jiní. A v italském překladu slůvka jiný se na nás usmálo ALTRO. Postupně se ukázalo, že lepší název jsme opravdu zvolit nemohli. Při jednom pohovoru mi kandidát zmínil, že jeho dědeček mu říkal, „hochu, chceš-li být úspěšný, musíš být první nebo jiný“. Tento výrok se mnou natolik rezonoval, že jsme ho přijali jako naše motto a je základem jak mé osobní, tak i firemní značky.

Zaměřila jste se na obor, který není jen o kontaktech, ale zejména citlivé a přesné práci s lidským potenciálem. Proč zrovna toto zaměření? Vyhledávání vrcholového managementu a specialistů, znamená mít přehled o tom, co se ve společnosti a podnikatelském prostředí děje, a stále být mezi lidmi, vědět, co se kde chystá.

Moje specializace souvisí s mým psychologickým vzděláním, které je mi velkou výhodou

při dennodenní práci. Práce a kontakt s lidmi a jejich rozvojem mě velmi baví. Baví mě lidi posouvat, propojovat a vidět výsledky propojení mezi nimi a klienty. Citlivě reagovat na potřeby jak klientů, tak i kandidátů. Jsou to takové puzzle, vše musí správně do sebe ve správný čas zapadnout. Ano, to máte pravdu, pro naši práci je nezbytné mít velmi dobrý přehled o trhu, ale také informace a odbornou znalost. Ač jsem vystudovaný psycholog, většina našich klientů je z oblasti automobilového průmyslu a výroby, což je samo o sobě velmi dobrý základ pro další obory. Kdo se umí pohybovat v automobilovém průmyslu, nemá problém se pohybovat v jakémkoliv jiném moderní výrobě. V této oblasti, myslím, disponujeme nadstandardním přehledem.

Firmu dnes už jen pouze vlastníte, nebo se aktivně účastníte práce s klienty? Patří mezi ně prestižní domácí i nadnárodní společnosti, předpokládám, že je to stále především o vaší osobní účasti.

Ano, jak jsem již zmínila, má práce mě stále velmi baví a naplňuje, nedovedu si zatím představit, že bych se stáhla do vlastnické pozice. Jsem pořád aktivní a osobně se podílím na realizacích projektů.

Jak to probíhá v praxi? Firmy se na ALTRO obrací s žádostmi o „dodání“ např. generálního ředitele, jindy finančního manažera, případně manažera personálního oddělení? Anebo vás oslovují spíše manažeři, kteří hledají nové uplatnění, pozici v jiném oboru, než v jakém prozatím působili?

Primárně jsme zaměřeni na přímé vyhledávání kandidátů pro klienty. Pochopitelně pracujeme i s kandidáty, kteří se na nás obracují přímo. Většinou s námi chtějí být v kontaktu, abychom o sobě věděli, a pokud bychom měli v budoucnu zajímavý projekt, oslovují je. Jiní si chtějí o své kariéře a dalším uplatnění na trhu popovídat s odborníky, další zjistit svoji tržní hodnotu.

K tomu, abyste uspokojila jejich potřeby, nabízíte také kariérové poradenství. V čem však vlastně spočívá?

Především v analýze současné pozice, jejich silných a slabých stránek, kompetencích, motivací, ambicích a možnostech dalšího směřování. Případně návrhu rozvojového plánu.

Jak je úspěšnost vašich doporučení? Máte vždy zpětnou vazbu?

Naše úspěšnost je velmi vysoká. Tomu však předchází při zadání projektu velmi podrobné seznámení se s klientem, jeho potřebami, požadavky, požadovanou pozicí i firemní kultu-

rou. Někdy se stane, že hned na vstupu odladíme, že požadavky nejsou v souladu s potřebami firmy. Tím, že se v této oblasti pohybují 20 let, umíme flexibilně reagovat na primární zadání a mnohdy si ušetřit případné frustrace z nerealizovatelnosti zakázky. Zpětnou vazbu vyžadujeme jak od klienta, tak i kandidáta, který je v pracovním procesu. Někdy jsme komunikačním prostředníkem a pomáháme odladit případný nesoulad.

Znamená to, že zakázku třeba i odmítnete, pokud by klient trval na tom, o čem jste přesvědčena, že není realizovatelné?

Ano, i to se občas stává. Osobně zastávám názor, že případné špatné reference se šíří rychleji než ty pozitivní, ale my musíme stavět na těch dobrých. Pracujeme hlavně na bázi doporučení a referencí svých klientů, a proto si vysokou kvalitu našich služeb musíme držet. Nicméně



Má podstata úspěchu spočívá v totální seberealizaci, touze vyniknout a možná až emoční vazbě na to, co dělám.

ve většině případů za námi přichází klient, který potřebuje řešit konkrétní situaci, z jeho zdrojů se mu

pozici nepodařilo obsadit a již nemá čas ztráčet čas. Pokud vidí, že mám znalost trhu a argumenty, tak většinou své stanovisko přehodnotí nebo udělá kompromis v požadavcích.

Pomáháte řešit personální obsazení takových společností, které se ocitly v krizových či nečekaných situacích. Oč jde v takových případech?

Každý projekt je vlastně řešení krizové nebo nečekané situace. Musíme se velmi rychle zorientovat v prostředí klienta a identifikovat, koho vlastně potřebuje. Jak jsem již zmínila, někdy to může být i někdo jiný, než klient chce původně hledat. Následně musíme flexibilně zacílit na trh a identifikovat vhodné potenciální kandidáty, kteří by v daném prostředí a pozici obstáli. Každá situace nebo vývojové stadium společnosti potřebuje jinak zaměřené manažery.

Ekonomika začala zápatit s nedostatkem nejen technických profesí, řemeslníků či obchodníků. Jak je to s manažerskými posty? Tam nechybí zájemci, anebo se jejich nedostatek objevuje už i tady?

Aktuální situace na trhu práce je specifická a troufám si tvrdit, že v posledních 20 letech tu nebyla. Nedostatek kvalitních lidí se projevuje napříč trhem. Se vzrůstajícími nároky společností se mění i požadavky na kompetence manažerů. Těch, kteří jsou schopni naplnit tato očekávání, je opravdu málo. Hlavně tyto typy manažerů nemají potřebu reagovat na inzeráty. Ty musíme oslovit přímo a společně s klientem je pro novou výzvu získat.

Vy sama jste známou podnikatelkou a manažerkou. V této roli jste vystoupila letos v březnu v 7. ročníku projektu Ženy sobě. Byla jste členkou panelu s názvem Co je ještě k úspěchu třeba? A rovněž jste byla mentorkou na téma Odvaha se vyplácí. Měla jste obrovský ohlas na obě vystoupení. Co posluchače nejvíce zaujalo?

Na své vystoupení jsem dostala opravdu mnoho ohlasů, které měly společného jmenovatele. Bylo to napsáno životem, bylo to inspirativní, bylo to o odvaze. Odvaze dělat věci jinak, nebát se odlišit a jít proti proudu. Obklopit se týmem, který je velmi podobně naladěný. Dnes je to naše konkurenční výhoda. Ukázka toho, že když děláte něco, co vás velmi naplňuje, co je možná až vaší vášní, je to na vás vidět a úspěch se dostaví. Já jsem o úspěchu nesnila, já jsem na něm pracovala. Byla pro mě důležitá seberealizace, a proto jsem šla svou cestou a teď přichází něco, co se jmenuje úspěch, byť na počátku byla touha po svobodě a nezávislosti. Z mého vystoupení byla patrná i určitá pokora, která se dnes už příliš nenosí. Má podstata úspěchu spočívá v totální seberealizaci, touze vyniknout a možná až emoční vazbě na to, co dělám. Dostala jsem několik zpráv od účastníků, že mé vystoupení pro ně bylo klíčové a energetizující, aby se posunuli ve svých podnikatelských nebo kariérických drahách. Mě pochopitelně potěšilo, že jsem se stala pro přítomné ostrůvkem pozitivní identifikace a povzbuzení.

Myslíte si, že to mají ženy v businessu složitější než muži? Nebo je to zbytečná otázka, již není nutné otvírat?

Já upřímně vycházím ze své zkušenosti a nemyslím si, že by to ženy měly v businessu těžší. Jde o to se prosadit, získat si autoritu a respekt, mít odvahu, nebát se případného selhání, a když by to nastalo, rychle se poučit z chyb a jít dál. A to platí obecně pro každého bez ohledu na pohlaví. Sama jsem nikdy neměla problém s prosazením nebo akceptací a také se musela vyrovnat s nepředvídanými situacemi a přenést se přes ně. Co mají možná ženy těžší, je najít balanc mezi rodinou a podnikáním. To je však o stanovení si priorit!

za odpovědi poděkovala Eva Brixí

www.altromc.cz

Když je selský rozum zraněný

S kolegyní a kamarádkou si občas napíšeme o tom, co nás potěšilo, jak jsme spokojené, z čeho máme radost. Onehdy sdělovala, jak se zbavila hravou formou břišního tuku, jak se dostala do kondice. Já jí naopak nastínila dva hrůzostrašné názory lékařů, které jsem nezávisle na sobě v poslední době vyslechla: kdybyste jedla koš pampelišek denně, tak vám to s metabolismem stejně nic neudělá, tuky budete mít zvýšené v krvi pořád. Druhá žena z oboru medicínského zcela nezávisle na první dělá: to je sice dobré, že dodržujete zásady zdravé výživy, ale ono vám to stejně k ničemu není, ono vlastně vůbec nezáleží na tom, co jíte. Důkladně jsem nad těmito tvrzeními přemýšlela. Znova jsem si uvědomila, jak obtížná je komunikace mezi dvěma subjekty: lékař a pacient. Jak je člověk zranitelný a jak musí být otrlý, aby se dokázal povznést nad základ toho, co tvoří marketing dnešní konzumní společnosti. Jak silný musí být naopak náš vnitřní marketing, pokud chceme přežít. Jak nepostradatelné je naučit se vnímat sám sebe, mít za sebe zodpovědnost ve správných mezích, nastolit harmonii ducha i těla. Jde to ztěžka, pokud i selský rozum je někdy zraněný.

Eva Brixi



Tip Grady

Citlivost jako výhoda



Čtvrtina lidí vnímá vnější i vnitřní podněty intenzivněji a často si už od dětství připadají „tak nějak jiní“. Zjistěte, zda k těmto lidem patříte, a odhalte své silné stránky. Tato kniha vám dodá sílu a naučí vás zacházet s vaší citlivostí ve všech oblastech života. Kniha poskytuje praktické rady, které vám dodají sílu a naučí vás zacházet s vysokou citlivostí ve všech oblastech života, od zdraví přes rodinu až po práci a volný čas.

partneři www.madambusiness.cz

generální partner:



hlavní partneři:



partneři:



Prosperita Madam Business

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 10, říjen 2016

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

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

Šéfredaktor www.madambusiness.cz: Martin Šimek,

e-mail: martin@iprosperrita.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?

Petra Štěpánová
PR Direktor
BISNODE Česká republika, a.s.

V posledních letech jsem se především naučila si stres nepřipouštět. Samozřejmě mě ne vždy se to podaří. Ale dlouhodobě mě v pohodě udržují především cesty do vzdálených zemí, kde si silně dokáži uvědomit, jak strašně dobře se máme a co je v životě důležité. Potom je pro mne snadnější každodenní rodinný i businessový stres odfiltrvat.



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

Ing. Tomáš Milich
ředitel
OVUS – podnik živočišné výroby,
spol. s r. o. ve Slaném

Nejde vůbec o jednoduchou otázku. Odpovědi na ni mohou být stejně tak rozdílné, jako jsou rozmanité ženy a jejich nákupní návyky, stejně tak jako jejich sociální situace či rodinné zázemí. Ženu zákaznici oceňují zejména za její praktičnost při výběru a rozhodování o tom, co nakoupí. A bavíme-li se o potravinách, umí se velice dobře orientovat ohledně zdravotně nutriční hodnoty potraviny. To vše je ještě silnější s ohledem na zdravotní prospěšnost, pokud nakupuje pro své blízké, rodinu.



Informace do kabelky

Antibakteriální účinek, péče a hydratace

Ruce si myjeme každou chvíli, podle průzkumů je to průměrně desetkrát denně. Aby byla pokožka skutečně čistá a bez bakterií, neobejdete se bez mýdla. Také jste si oblíbili praktická tekutá mýdla s dávkovačem? Mají spoustu výhod, ale je důležité zvolit kvalitní přípravek, který pokožku rukou dokonale očistí a nevysuší, ale naopak ji zvláční a hydratuje. Vyzkoušejte některé z tekutých mýdel značky Fa od Schwarzkopf & Henkel. Mají nyní inovovanou recepturu a nejoblíbenější varianty jsou dostupné také v praktických náhradních baleních. Nově vylepšené složení tekutých mýdel Fa nabízí antibakteriální účinek a receptura navíc obsahuje novou kombinaci povrchově aktivních látek s přísadkou glycerinu jako hydratační látky. Díky tomu pokožka rukou po umytí zůstane krásně hebká a jemná. Čtyři druhy nejoblíbenějších druhů mýdel jsou nyní dostupné v náhradních baleních – refillech o obsahu 500 ml s praktickým uzávěrem. Lahvičku s dávkovačem si tedy můžete jednoduše znovu doplnit. Nejenom že ušetříte peníze, ale současně šetříte životní prostředí, protože nevyprodukuje tolik odpadu v podobě prázdných obalů. Refilly jsou dostupné v těchto variantách: Fa Hygiene & Fresh Pomeranč, Fa Yoghurt Aloe Vera, Fa Nutriskin Acai Berry, Fa Soap Lotion Granátové jablko. (tz)



Kung-fu v kostýmku

Boj a důležité obchodní jednání k sobě mají velmi blízko. Mezi společné jmenovatele patří neustále se měnící podmínky, prostředí, které si nemůžeme vybrat a ovlivnit a které nám není zrovna příznivě nakloněno, stres, tlaky z mnoha stran, nutnost rychle reagovat s čistou hlavou a činit okamžitá rozhodnutí, která mohou rozhodnout o našem bytí a nebytí... Ačkoliv v jednom případě získáme vítězství úderů a kopy a ve druhém slovy, v obou hraje klíčovou roli hlava a její nastavení. A v obou platí, že budete jen tak dobří, jaká je vaše příprava.

Jako bývalý vrcholový obchodník, v současnosti se věnující výuce sebeobranu, jsem si nemohl nevšimnout, že nástroje, které učím na tréninku, lze po drobných modifikacích uplatnit v celé škále životních situací. Zejména pak tam, kde je hodně v sázce – například při obchodních jednáních.

Sebeobrana má proti businessu jednu velkou výhodu: precizně propracované tréninkové postupy. A také možnost naučené nástroje vyzkoušet v modelových situacích, které se úrovní stresu velmi blíží realitě. Velmi rychle a bez reálného rizika na nich lze ověřit, zda-li vám fungují, nebo je na nich nutné ještě pracovat. Na obchodním jednání by vás takový test mohl stát spoustu peněz. Na tréninku sebeobranu jen trochu potu...

Každý, kdo se rozhodne bojovat (a je jedno, jestli doslova, s agresorem, nebo přeneseně s obchodním partnerem či šéfem v zasedačce), musí mít pod kontrolou především sám sebe. Na prvním místě to znamená kontrolovat hladinu stresu. Příliš velký stres nám zabraňuje podat optimální výkon. Narušuje naše soustředění, výrazně znesnadňuje vybavování si věcí z paměti, zpomaluje reakce a uvědomování si souvislostí. Dobrou zprávou je, že existují nástroje a postupy, které si lze relativně snadno osvojit a s jejichž pomocí udržíte stres pod kontrolou. Tři nejdůležitější z nich si představíme v tomto článku.

Vizualizace

Jedním z nástrojů je vizualizace. Ta není ničím jiným než možností natrénovat si zvládnutí

stresové situace v klidu, a to kolikrát jen chcete a potřebujete. Jak na to? Pohodlně se posaďte a zavřete oči. Soustředte se na své dýchání a začněte si představovat důležité jednání, které máte před sebou. Vymodelujte si svůj přístup a pocit – jste skvělá, silná, sebevědomá. Projděte celé jednání bod za bodem.

Vaše představa průběhu jednání a skutečné reakce protistrany se samozřejmě mohou a budou lišit. Nemáte nad nimi žádnou kontrolu. Nad čím ale máte stoprocentní kontrolu, je váš přístup a vaše reakce. Pokud budete věnovat při přípravě podkladů alespoň trochu času také přípravě své hlavy, garantuji vám, že je možné, abyste nepředvedla ten nejlepší výstup svého života.



Pavel Houdek

Tělesný postoj

První desítky vteřin ovlivní nastavení celého jednání a to, kdo bude tahat za delší konec provazu. Když budete vstupovat do zasedačky s hlavou plnou myšlenek na to, zda-li jste do tabulek zanesla všechno správně, je téměř jisté, že delší konec nebude váš.

Přímo před jednáním potřebujete minutku pro sebe, stejně jako bojovnice před zápasem. Zkontrolujte si postoj, ramena zatlačte od uší a dozadu, zvedněte hlavu. Váš postoj ovlivňuje jednak vaši mysl, jednak mínění druhé strany. Když budete zhroucená do sebe, budete se nejen nejistě cítit, ale i vypadat. Když budete mít postoj vzpřímený a otevřený, budete se cítit jistě a sebevědomě... A taky tak vypadat. Párkrát se zhluboka nadechněte až do břicha, vezměte za kliku a běžte vyhrát.

Pozitivní myšlení

Myslet pozitivně neznamená obelhávat sebe sama. Věřte mi, že si můžete třeba stokrát denně zopakovat „ten kontrakt zítra uzavřu“, ale k jeho podpisu vám to nějak nepomůže. V situaci samotné vám to naopak může zabraňovat vidět situaci reálně a přizpůsobit jí váš postup.

Myslet pozitivně znamená soustředit se na výsledek, kterého chceme dosáhnout. Existuje na to jednoduchý trik. Mozek je v podstatě automat na otázky a odpovědi. Nesnažte se mu rozkazovat; dávejte mu otázky, které vás nenápadně zavedou tam, kam potřebujete. Příkladem dobře položených otázek, která mozek naladí na optimální výkon s cílem uzavřít kontrakt, je například: „Povýší mě, když ten kontrakt uzavřu?“ „Co si koupím za provize, které za tenhle kontrakt dostanu?“ atd. Cíl je obsažený v otázce a mozek je nastavený na to, hledat k němu cestu. V takovém případě neúspěch neexistuje.

Pavel Houdek,
instruktore sebeobranu
www.moderni-sebeobrana.cz

Manažer roku je pro mne Oscar



Mgr. Květa Halanová

Je starostkou Jílového u Prahy už čtvrté volební období, má stále fungující rodinu a jasné představy o tom, co je v životě správné. Mgr. Květa Halanová patří k nejúspěšnějším lidem na radnicích – a podotýkám, že i k těm nejmoudřejším, jak pochopíte z následujícího rozhovoru.

Co pro vás znamená ocenění v prestižní soutěži MANAŽER ROKU 2015?

Už samotná nominace byla pro mne velmi cenná a to, že jsem uspěla, mi přineslo ohromnou radost. Starosty a starostky hned tak někdo neocení, v médiích se spíše o nás říká, že jsme lumpové. A dostat se mezi nejlepší manažery, to je pro mne takový Oscar. Skutečně si toho vážím. A co mne těší? Že to vnímají i lidé kolem mne, že někteří dokonce teďpe nyní usoudili, že něco umím. To je i maličko úsměvné, protože cena Nejlepší starosta 2010–2014 mi u některých zrovna slávu nevynesla. Zkrátka MANAŽER ROKU je dobrá značka.

Na radnici v Jílovém u Prahy už jste posbírala spoustu zkušeností. Čím vás starostování baví a co je na něm nejméně příjemné?

Starostování mě opravdu baví. Je to práce náročná, ale není asi žádná jiná, která přináší to-

lik rozmanitosti. Potkáváte se s lidmi, řešíte různé úkoly, dostáváte se do tolika oborů, které byste normálně ve svém pracovním či osobním životě nepotkali. Přiučíte se kdečemu. Co je nepříjemné? Nikdy nevypínáte, ani na dovolené. I tam sledujete, co je kde zajímavého, co byste mohli použít. Jste v pohotovosti pořád, vždy je něco potřeba. Jste vidět, ale to mi nikdy nevadilo. Někdy je nepříjemné, že nemůžete rozhodnout sami, a někdy i musíte plnit úkol (rozhodnutí), se kterým vnitřně nesouhlasíte, ale jste přehlasován. A také, že veřejná správa je poněkud pomalá a byrokracie si vybírá svou daň i v možnostech rozhodování. Například o veřejných zakázkách bych moh-

Starostování mě opravdu baví. Je to práce náročná, ale není asi žádná jiná, která přináší tolik rozmanitosti. Potkáváte se s lidmi, řešíte různé úkoly, dostáváte se do tolika oborů, které byste normálně ve svém pracovním či osobním životě nepotkali. Přiučíte se kdečemu.

la mluvit dlouho nebo o některých nesmyslných zákonech, nekompetentních rozhodnutích, které se dotýkají obcí... A samozřejmě – ne vždy můžete vyjít vstříc všem.

Porozumět přáním občanů a vyhovět jim není lehké, ale o to se musí snažit vedení každého města a obce. Daří se vám to?

Jak jsem říkala, vyhovět všem nelze. Najít cestu, jak pomoci a zajistit veřejné blaho co nejvíce občanům, je těžké. Vzhledem k tomu, že mívám nejvíce hlasů a volí mne, tak zřejmě ano. Snažím se.

Jak nejlépe urdit tým spolupracovníků? Máte svoje „manažerské desatero“, o něž se v práci můžete opřít?

Přímo manažerské desatero nemám, ale držím se určitých zásad. Pro mne je důležitá poctivost a slušnost. Nepodceňuji a nepřeceňuji, své spolupracovníky si vybírám (když je mohu vybírat) chytré, pracovité a příjemné, aby dobře pracovali v týmu, aby s nimi bylo příjemné být. S chytrými lidmi kolem se všechno dělá lépe. Mám ráda zodpovědnost a dochvilnost. Stále se učím, hledám, ale také pochybuji. Nemám ráda konflikty, ale nebojím se je řešit. Umím jít do střetu a sem tam i vyletím. Bez týmu je starosta sám voják v poli (a starostka superrobotka).

Když byste měla pozvat do Jílového naše čtenářky, čím byste je chtěla nalákat?

Čtenářky bych do Jílového u Prahy určitě pozvala. Navštívily bychom regionální muzeum, pak zašly na dobrý oběd či na skvělou kávu, možná i dortík. Rozhodně bych jim ukázala nádhernou přírodu, otevřené zlaté štoly. Pokud by se k nám chtěly nastěhovat s rodinami, zajímaly by je školky a škola, kultura, lékaři, obchody, doprava, sport i atraktivní spolky. Nevynechala bych pozvání na městské slavnosti, plesy, Masopust či Muzikfest.

Malé město v sousedství české metropole se během vašeho působení rychle mění. Kde vidíte největší změny a specifika Jílového?

Město má dlouhou historii a stále ctíme naše kořeny. Ale čas nezastavíme a my chceme, aby se tu žilo dobře – dostatek míst v rekonstruovaných mateřských školách, zvětšující se modernizovaná základní škola, školní areál, nová a opravená sportoviš-

tě spolků, pěkné chodníky a silnice, parky i okolí. Ke všemu patří pořádná infrastruktura, ta podzemní, co není vidět – kanalizace, vodo- vod, sítě. Není vidět a stojí nejvíc peněz.

Co dnes brání rozvoji města? Jsou to peníze, byrokracie a legislativa, lidský faktor?

Vždycky je to trochu kombinace všeho. Byrokracie a legislativa by byly na samostatný článek, peněz je pořád málo, lidé jsou lidé. Od toho jsem tady, hledat řešení, někdy to jde pomalu, ale nutně je stále vidět cíl, nevzdát to. Mít vizi, dívat se na mnoho volebních období dopředu, i když už třeba u toho nebudete. Základní rozhodnutí, která už nejdu napravit, nejdu vrátit zpět, se musí dělat uvážlivě.

Když se něco nepovede, není to příjemné, vyhodili jste třeba 50 000 za nějakou kulturní akci, nikdo nepřišel, nelíbila se. Ale svět jde dál, příště to neuděláte, poučíte se, v podstatě se nic nestalo. Kritiku vydržíte. Ale když něco zbouráte, něco nesmyslného postavíte, je to napořád nebo na desítky let i déle, pak je to zlé. Takovou chybu nenapravíte, možná jen zmírníte, nebo pak vaši následovníci. V takových případech se musíte rozhodovat opravdu opatrně. Důležité je si také stanovit, jaký rozvoj města chceme. Každý ho vidí někde jinde, podle toho pak možná přijdou překážky.

Jak dokážete skloubit práci na radnici s rodinou a „ženskými povinnostmi“?

Skoro celý život pracuji v časově náročných povoláních. Šestnáct let jsem vedla kulturní

dům, to byla škola, jak si organizovat čas. Starostkou jsem čtvrté volební období s přestávkou po prvních osmi letech. Dnes mám dospělé dcery, s manželem letos oslavíme třicet osm společných let. Nemyslím si, že by moje rodina strádala či strádá. Čas, který jsem nestrávila či netrávím v práci a na akcích s ní spojených, věnuji rodině. Ráda vařím, hodně jsem šila na nás i historické a taneční kostýmy, mám zahrádku, dvě krásné fenky plavé briardky. V manželovi i dcerách mám a měla jsem vždy zázemí a oporu, fandí mi. Bez toho by to nešlo, protože něco samozřejmě ošidit musíte. Šidím domácnost, to je jasné. Ale ne čas s mou rodinou.

O čem sníte a co byste si nejvíc přála?

Víte, sny jsou ošemetná záležitost. Něco si můžete splnit sám, když se víc snažíte. Například zlepšit angličtinu. Něco vám mohou splnit jiní – já bych třeba chtěla vnouče. Něco těžko ovlivníte – politické klima, budoucnost Evropy a světa. Chtěla bych samozřejmě zdraví. A ve městě? Toho je tolik, seznam dlouhý, předlouhý. Například úplná rekonstrukce školy, rekonstrukce a dostavby vodovodů a kanalizací, amfiteátr v parku, rozšíření hřbitova, rekonstrukce budovy vedle radnice a získání kompetencí obce s rozšířenou působností (jsme s pověřeným úřadem), chodníky, kam se podívám... Zkrátka pořád je co dělat, a to mě také baví.

hodně splněných snů popřál
Pavel Kačer



S chytrými lidmi kolem se všechno dělá lépe. Mám ráda zodpovědnost a dochvilnost. Stále se učím, hledám, ale také pochybuji. Nemám ráda konflikty, ale nebojím se je řešit.



Češi utrácejí za svatby čím dál méně

Zatímco v 70. letech byli Češi ochotni utratit za svatbu až šestinásobek průměrného platu, dnes na svatbách významně šetří. Zhruba za tuto životní událost v posledních šesti letech zaplatí jen dvojnásobek průměrné mzdy. Ti, kteří svatbu teprve plánují, za ní chtějí utratit ještě méně, a to pouze 1,7násobek stávajícího průměrného platu. Nejvíce přitom Češi při svatbách šetří na vzpomínkových materiálech (videozáznamy, fotografie), na počtu pozvaných hostů a na svatební cestě. Vyplynulo to z průzkumu Equa bank, který byl realizován v letošním červenci.

Červencový průzkum probíhal mezi novodobými novomanželi, těmi, kteří si svatbu odbyli během 2. poloviny 20. století, a těmi, kteří svatbu teprve plánují. Průzkum překvapivě ukázal, že svatba je pro lidi stále stejně významnou životní událostí, přesto jsou ale na ní ochotni čím dál více šetřit. Například v 70. letech zaplatily páry za svatbu nejčastěji šestinásobek průměrného měsíčního příjmu. Ten činil zhruba 2300 korun. Za čtyřicet let se průměrný plat zvýšil více než desetinásobně a průměrná mzda mezi lety 2010 až 2016 dosahovala zhruba 25 300 korun. V porovnání s generací svých rodičů však dnešní novomanželé do svatby investují nejčastěji pouze dvojnásobek průměrné mzdy, tedy v průměru 50 400 korun. Ti, kteří svatbu teprve plánují, do ní chtějí investovat ještě méně, a to průměrně 43 400 korun.

„Stejně jako v jiných odvětvích je u investic do svateb patrný radikální propad na konci první dekády. Ekonomická krize změnila spotřebitelské chování. Od zmiňovaných 70. let totiž cena svatby rostla. Na přelomu milénia byly páry ochotny zaplatit zhruba trojnásobek průměrného měsíčního příjmu,“ vysvětlil Jakub Pavel, ředitel retailového bankovníctví Equa bank.

Za uplynulých 40 let se také změnil způsob financování svateb. Zatímco v 70., 80. i 90. letech to byli hlavně rodiče snoubenců, kteří platili buď svatbu celou, nebo na ni významně přispěli, trendem třetího tisíciletí je nezávislost snoubenců na financích svých rodičů. Například v posledních šesti letech si každý druhý pár platil svatbu sám, bez příspěví rodičů. Většina z nich (86 %) si svatbu financovala z vlastních zdrojů, zbývajících 14 % párů si peníze vypůjčily, z toho 7 % od rodiny a 7 % od banky.

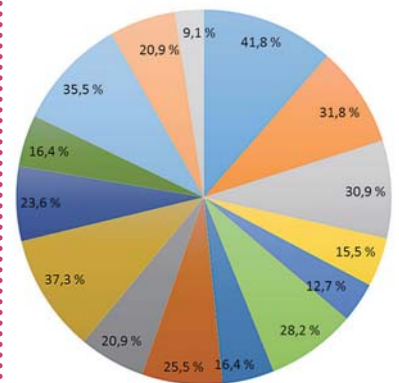
„Samostatnost novomanželů při financování svatby se projevuje i při žádostech o úvěr. Přestože se většinou snoubenci snaží platit svatbu z úspor, stále častěji se setkáváme také s tím, že si na ni půjčí od banky,“ uvedl Jakub Pavel.

Novomanželé při svatbě přitom nejčastěji šetří na kapele (40 %), svatební noci (37 %), svatební cestě (36 %), videozáznamu (31 %) nebo na profesionálním fotografovi (30 %). Kdyby mohli vrátit čas a rozhodnout se jinak, pětina z nich by na vzpomínkových materiálech nešetřila, stejný počet manželů by si dopřál i lepší svatební cestu.

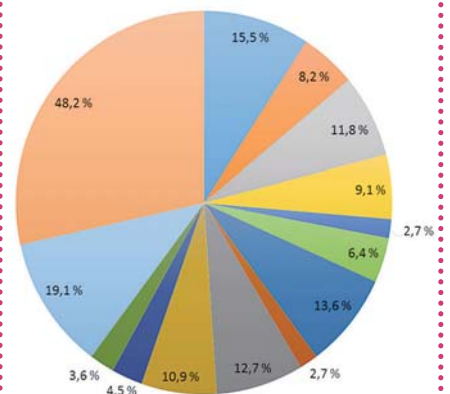


foto Freemages

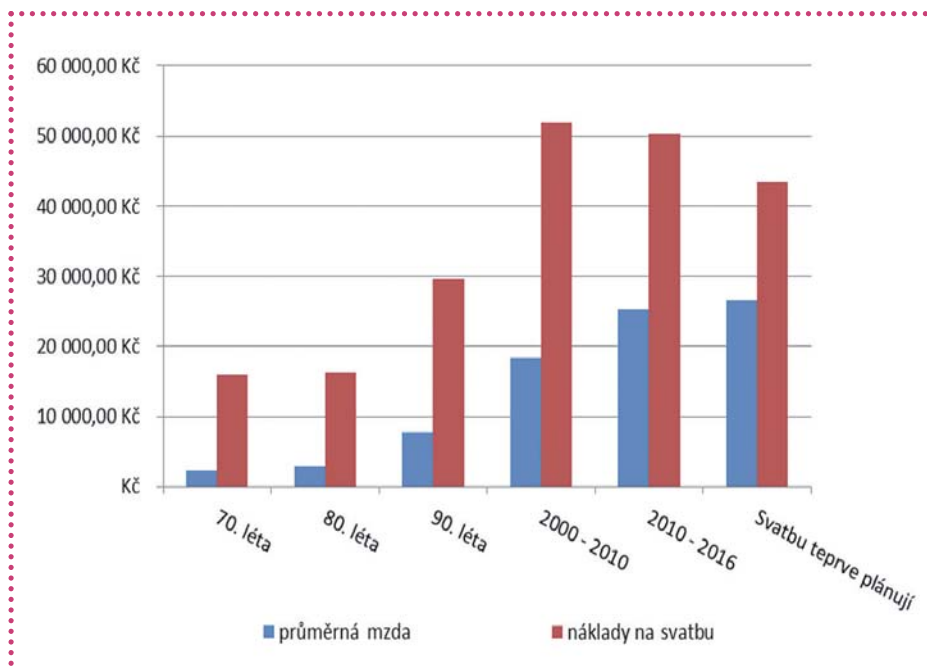
Na čem jste při svatbě nejvíce šetřili?



Kdybyste mohli vrátit čas, do čeho byste investovali více?



- Kapela
- Videozáznam
- Profesionální fotograf
- Občerstvení
- Obřad
- Na svatební oběd jsme pozvali pouze blízkou rodinu
- Na svatební oběd bychom pozvali více svatebčanů
- Na svatbu jako takovou jsme pozvali méně svatebčanů, než bychom chtěli
- Na svatbu jako takovou bychom pozvali více svatebčanů
- Dárky pro svatebčany
- Svatební prstýnky
- Svatební noc (ubytování)
- Oznámení
- Svatební dort
- Svatební cesta



Pivečko i koláče, pojišťovna a čeští podnikatelé



Šunčičky
i klobásky,
koláče i chléb,
sýry, med,

marmelády, oříšky v čokoládě nebo vajíčka na nesčetné způsoby, pivo, mošty, dortíky, paštičky, káva a zeleninové saláty, a to jsem nevyjmenovala ani třetinu dobrot, které již řadu let patří k soutěži Česká chuťovka. Oceňování českých výrobců potravin se odehraje letos na půdě pražského Senátu 20. října. Jedním z významných partnerů je Hasičská vzájemná pojišťovna, a.s. Předsedkyně představenstva a obchodní ředitelka Ing. Vladimíra Ondráková má k přehlídce uchvacujících českých receptur vřelý vztah:



Ing. Vladimíra Ondráková

Zdánlivě odlišné obory: výrobci potravin a pojišťovna. Co vás spojilo v souvislosti s českou chuťovkou?

Spolupráce vyplynula především proto, že jak Hasičská vzájemná pojišťovna, tak i Česká chuťovka si zakládají právě na spojení dvou ryze českých subjektů, a tím podporují českého ducha v obou oborech, tedy v pojišťovnictví i potravinářském průmyslu.

Když jste na letošní první tiskové konferenci k tomuto projektu hovořila, a vysvětlovala, že fandíte všemu, co je české, jistě jste měla na mysli i naše producenty potravin. Čeho si na nich vážíte nejvíce?

Již v loňském ročníku České chuťovky jsem měla tu čest se s některými z nich osobně se-



známit, a musím říci, že kromě toho, že jsou to velmi milí a pracovití lidé a nabízejí nám stoprocentní kvalitní české chuťovky, je na nich navíc vidět, že to vše dělají s velkou radostí a pokorou.

Hasičská vzájemná pojišťovna je také ryze česká firma. Jaké to má benefity?

Naším cílem a snahou je propojovat se s českými spolupracujícími subjekty a partnery, a tím udržet „českého ducha“ i v oboru pojišťovnictví. Zisk zůstává českému akcionáři. Věřím, že obchodního úspěchu posledních let si akcionáři váží. Určitě pak právě dobrovolní hasiči (akcionáři) vždy patřili mezi dobré sousedy, byli ochotni pomáhat a samozřejmě mají vlastní zkušenosti, jak „chutnají“ pojistná nebezpečí. To nás velmi výrazně inspiruje nejen při tvorbě pojistných produktů, ale i při likvidaci pojistných událostí a samozřejmě i při propagaci protipožární prevence.

Na letošní Českou chuťovku se chystáte s určitou nabídkou pro zúčastněné firmy a firmičky. Co bude podstatou?

Letošním účastníkům soutěže nabízíme slevové zvýhodnění jak pro soukromé potřeby, tak i pro pojištění jejich podnikatelských aktivit. Konkrétně 10% slevu na pojištění soukromého majetku, odpovědnosti a pojištění úrazu, a pěti nejlépe hodnoceným účastníkům bude poskytnuta dle umístění 10–50% sleva na pojištění podnikatelských rizik novým produktem FORTEL.

Sortiment pekařů, cukrářů, uzenářů, mlékařů, producentů zdravé výživy, bylinářů, vinařů se v posledních letech velice rozšířil. Chybí vám ještě nějaká specialitka, kterou byste ještě na domácím trhu uvítala?

Myslím, že náš trh předkládá širokou škálu úžasných, a hlavně kvalitních výrobků, které jsou, dle mého názoru, již srovnatelné s pochutinami na ostatních evropských trzích. Co snad jediné nám v Čechách chybí, je dané polohou naší krásné země, jsou potraviny, jako jsou čerstvé ryby, takzvané dary moře. A za těmi si velmi ráda zajedu do přímořského letoviska.

Hodně spolupracujete s dobrovolnými hasiči, jak jste již zmínila, a ti byli vždy známí i tím, že úbytek tekutin doplňovali dobrým pivečkem. Fandíte českým pivovarům? Anebo vás spíše přitahují osobité cukrárny či voňavá pekařství?

I já patřím k milovníkům lahodného českého moku, a proto jsem pár našich českých pivovarů navštívila. A musím říci, že se nedivím, že právě tato tekutina je vitaminovou bombou pro hasiče. Nedávno jsem se také byla podívat v pekařství v Krmelíně, nesmím opomenout, že je to náš vážený klient, a neodolala jsem a koupila pár vzorků. Měla jsem i to štěstí, že jsem viděla, jak se dobroty jako koláče, rohlíčky, pusinky vyrábějí.

Ať už jsou to tedy pekařské či cukrářské výrobky, nebo typický český nápoj, jsou pro mě obě varianty skvělou volbou.

otázky připravila Eva Brixí

Respektovat podřízené a učit se od lepších



Mgr. Karolína Topolová

AAA AUTO

Kdykoli jsem poslouchala Mgr. Karolínu Topolovou, generální ředitelku AAA AUTO International a.s., hovořit o její manažerské profesi, vždy se mi zdálo,

jako by byl její život spjatý se značkou, kterou reprezentuje, víc než na tisíc procent. Mnohokrát jsem se ptala sama sebe, jak lze docílit takové loajality, která přechází ve vášně a touhu vést firmu na vrchol možností. Jak vidět příležitosti a nebát se jich, být přesvědčena, že to půjde. I v tak složitém segmentu, jako je prodej ojetých automobilů. Zcela přesnou odpověď jsem nenašla a možná je to tak nejlepší. Recept na úspěch se totiž prozradit nedá, i když o něm vyprávíte hodiny. Buď to umíte, nebo ne. Myslím, že Karolína Topolová své poslání zvládá neopakovatelně:

Vynikající manažerské řízení a rostoucí úspěchy firmy – tak by se daly komentovat poslední roky v historii AAA AUTO. Co je základem vaší filozofie při vedení týmu?

Respektovat podřízené a učit se od lepších. Snažím se vést svůj vrcholový tým tak, aby byl do řízení společnosti zapojen a jeho členové mohli uplatňovat svoje názory. Nezapomínám také na to, že přede mnou vedl společnost její zakladatel, který ji vybudoval prakticky z ničeho ve firmu s tržní hodnotou přes šest miliard korun. Snažím se řídit jeho principy a dodnes s ním některé kroky na dálku do Austrálie konzultuji.

Vaše schopnosti, um a výsledky byly oceněny v prestižní soutěži MANAŽER ROKU 2015 letos v dubnu na pražském Žofíně. Získala jste ocenění Mladý manažerský talent. K čemu vás motivovalo?

Doufám, že to nebudete brát jako frázi, pokud řeknu, že samozřejmě jednak k udržení toho, co

jsem dokázala, ale také k dalšímu zlepšování. Stále se můžu spoustu věcí naučit.

Kdo nic nedělá, nic nezkazí. Chyby a omyly však vedou k novým východiskům, zkušenostem, poučení. Jsou užitečné, i když mrzí a často stojí peníze. Jak jim v manažerské profesi předcházet, nebo lépe, jak těžit z toho, když se již staly?

Držím se známého pořekadla „co mě nezabije, to mě posílí“. Dost tvrdě jsem si to ověřila při finanční krizi, kdy jsme museli firmu zestříhat skoro o tři čtvrtiny, abychom přežili. Dnes už jsme skoro zpět na původním výkonu, ale takřka s polovičním počtem zaměstnanců. A už víme, že chybou byla právě příliš vysoká přezaměstnanost, kdy jsme na všechno měli specialistu. To nebylo udr-

Chceme docílit toho, aby naše prodejní prostředí, prodejní servis, finanční služby a poprodejní péče byly na stejné úrovni jako u prodeje nových aut.

žitelné. Také díky procedurám, souvisejícím se vstupem na burzu a pozdějším prodejem společnosti, umíme lépe hlídat účelnost nákladů.

Mluvíme o nápadech, inovacích, kreativité, nových přístupech, pro klientské orientaci – co to všechno v pojetí AAA AUTO znamená?

Znamená to hledat stále nové cesty, které ještě nikdo jiný z naší konkurence nenašel. Chceme udávat trendy, být na špičce v marketingu, prezentaci vozů, jejich kvalitě, mít největší výběr a nejlepší zákaznický servis v oboru. Znamená to také silný tlak na naše partnery, aby byli kreativní a přizpůsobovali nabídku svých služeb a produktů našim potřebám. Na oplátku se pak mohou podílet na našem úspěchu.

Oproti roku 2015 předpokládáte nárůst prodeje o více než 10 %. To je velké množství. Co navíc u vás kupující nachází kromě široké nabídky a zajímavého financování?

Chceme docílit toho, aby naše prodejní prostředí, prodejní servis, finanční služby a poprodejní péče byly na stejné úrovni jako u prodeje nových aut.

Zvyšuje se zájem firemní klientely. Ojetá auta dobře slouží i tomuto segmentu. Proč však právě ona?

Hovoříme zde spíše o zánovních vozech. Tato auta, která prodáváme pod značkou Mototechna, jsou zhruba o 30–40 % levnější než nová, a přitom poskytují stejnou, někdy i vyšší užitkovou hodnotu. Většinou totiž jde o předváděcí nebo tzv. referenční automobily, které mívají lepší výbavu i specifikaci. Firma či živnostník, ale i manažer, si v dnešní době dobře rozmyslí, zda koupit vůz nový, nebo ušetřit mnoho desítek, a někdy i stovek tisíc korun a pořídit si mírně ojetý.

Stali jste se největším prodejcem vozů značky Škoda v ČR a SR. Více než polovina je mladší než osm let. Kdo si takové škodovky pořizuje především? Jsou to živnostníci, ženy, nebo starší generace?

Zájem o vozy škoda jde napříč naším zákaznickým kmenem. Postupem času lidé mění svoje nákupní zvyklosti a přestává pro ně být rozhodující jen nejnižší cena. Je určitě lepší

Struktura prodejů AAA AUTO v roce 2016:

- ✓ Celkem za 8 měsíců prodáno 46 250 vozů
- ✓ Predikce na 3. čtvrtletí je 52 400 vozů, růst 9,4 %
- ✓ Celkový letošní prodej odhadujeme na zhruba 70 000 automobilů s růstem 10,4 % proti roku 2015
- ✓ Z dosavadního objemu prodejů vychází podobnější informace o nejprodávanějších modelech vozů v jednotlivých zemích:

Top 10 modelů vozů v prodejích AAA AUTO v letošním roce

ČR	SR	Maďarsko	Polsko
1. Škoda Octavia	Škoda Fabia	Opel Astra	Ford Focus
2. Škoda Fabia	Škoda Octavia	Suzuki Swift	Opel Astra
3. Ford Focus	Volkswagen Golf	Ford Focus	Škoda Octavia
4. Volkswagen Passat	Volkswagen Passat	Volkswagen Passat	Volkswagen Passat
5. Ford Mondeo	Ford Focus	Renault Megane	Ford Mondeo
6. Volkswagen Golf	Opel Astra	Opel Corsa	Škoda Fabia
7. Škoda Superb	Renault Megane	Volkswagen Golf	Volkswagen Golf
8. Hyundai i30	Kia Sportage	Ford Mondeo	Renault Megane
9. Renault Megane	Kia Ceed	Škoda Fabia	Toyota Avensis
10. Opel Astra	Škoda Superb	Suzuki Ignis	Audi A4

pořídit si méně opotřebovaný vůz na úvěr než auto na konci životnosti, které bude vyžadovat drahé opravy. Proto také hodně lidí od nás chce nejdříve spočítat, jak vysoký úvěr budou moci získat, a teprve podle toho vybírají vhodný vůz.

Značka Mototechna, již jste před pár lety koupili, si vydobyla na trhu významné postavení. V listopadu chcete otevřít první vlastní prodejnu zánovních automobilů. Ale vám nejde jen o pouhý prodej, jak jste nedávno naznačila. Chcete nabídnout také zážitek. Jaká je koncepce?

Na detailech koncepce ještě pracujeme, ale chceme, aby Mototechna poskytovala servis, který u nás ne najdete ani u většiny autosalonů s novými auty. Chceme, aby personál opravdu věděl detaily o vozech, které nabízí. Aby nákup probíhal v exkluzivním a komfortním prostředí. Důležitým komponentem úspěchu bude i propracovaný poprodejní servis.



Znamená to hledat stále nové cesty, které ještě nikdo jiný z naší konkurence nenašel. Chceme udávat trendy, být na špičce v marketingu, prezentaci vozů, jejich kvalitě, mít největší výběr a nejlepší zákaznický servis v oboru.

Ani business AAA AUTO není bez kolizí. Co vás brzdí v podnikání, co byste ráda změnila?

Nejvíce nás asi brzdí netransparentnost trhu ojetin. Jistě by mu prospělo zamezení nejčastějším podvodům, mezi které řadím zejména stáčení tachometrů a prodej vozů pochybného původu z dovozu. Na výkupu musíme kvůli různým problémům odmítat 65–70 % vozů, které jsou nám nabízeny. To znamená, že zbytečně vidíme každý rok v rámci skupiny možná

až čtvrt milionu vozů. To nás stojí ohromné prostředky, které musíme investovat do jejich prověřování, místo abychom je věnovali třeba na rozvoj pobočkové sítě nebo na nákup vozů k rozšíření své nabídky.

Sama jste řidička, kolik hodin za volantem trávíte měsíčně?

Bydlím kousek za okrajem Prahy, takže každý den absolvuji nějakých 25 kilometrů tam a zpět. Se zbylými cestami to je tak maximálně 1000 kilometrů měsíčně, na hodiny to nemám úplně spočítané...

A jací jsou čeští řidiči v porovnání s těmi zahraničními?

Myslím, že jsou spíš průměrní. Znáím země, kde jsou řidiči mnohem agresivnější, i kde jsou slušnější. Každopádně bych stav u nás nepovažovala za nějak alarmující.

Žena šéfová, žena manažerka, žena matka, žena manželka, žena významný fenomén tohoto sto-

letí. Není toho najednou nějak příliš? Jak se dají takové superlativy skloubit, abyste neměla černé sny?

Za fenomén století bych se považovat neodvážila! Ale vážně – je fakt, že už nevěnuji veškerý svůj čas jen práci jako dříve, ale po svatbě a zejména se začátkem mateřství jsem se naučila i relaxovat a věnovat své volno dceři a manželovi. Ověřila jsem si, že pokud pracujete ve firmě, která pro to má pochopení a podmínky, lze spo-



jit mateřství i s náročnou top managerskou pozicí, aniž bych trpěla odloučeností či nedostatkem kontaktu já nebo moje dcera či životní partner. Mojí výhodou je, že manžel pracuje jako specialista výkupu ve stejné společnosti, takže spolu můžeme trávit nějaký čas i přes den, například při obědě. K němu si můžeme přibrat i dceru, pokud je zrovna v dětském koutku. Myslím, že to funguje, a díky tomu spím dobře.

za odpovědi poděkovala
Eva Brixi

AAA AUTO je největším prodejcem ojetých vozů Škoda v ČR a SR

Struktura nejoblíbenějších motorizací vozů Škoda v ČR a SR

Česká republika

- ✓ Více než polovina vozů je mladší 8 let
- ✓ Rostoucí segment – z 10 365 prodaných v roce 2012 v ČR na předpokládaných 12 500 letos
- ✓ Aktuálně v nabídce v ČR 2600 škodovek

Slovenská republika

- ✓ Stejně jako v ČR – více než polovina vozů je mladší 8 let
- ✓ Letos předpokládaný prodej 3500
- ✓ Aktuálně v nabídce v SR více než 1000 škodovek

CZ	SK
1. Fabia 1.2	Fabia 1.2
2. Octavia 1.9 TDI	Octavia 1.9 TDI
3. Octavia 2.0 TDI	Octavia 1.6 TDI
4. Fabia 1.2 TSI	Fabia 1.4
5. Octavia 1.6 TDI	Octavia 2.0 TDI
6. Octavia 1.6 i	Fabia 1.2 TSI
7. Fabia 1.4 16V	Fabia 1.4 16V
8. Superb 2.0 TDI	Octavia 1.6 i
9. Fabia 1.4	Superb 2.0 TDI
10. Yeti 2.0 TDI	Fabia 1.6 TDI



Bylinky: abychom to, co je před námi, zvládli



Tak nějak si to život vynutil sám. Dlouho nic a najednou takřka skokem se více a více lidí zajímá o vlastní životní styl. Zjišťujeme, že hektické tempo, které jsme nasadili po sametové revoluci v touze se seberealizovat a dělat věci po svém, nás trochu přerostlo. A přestáváme stačit. Stres plynoucí z toho,

že zdravý rozum možností ustoupil do pozadí před vizemi a touhou něco dokázat, zbohatnout, zviditelnit se, vyvažujeme úvahami, že takto už dál žít nechceme.

Nechceme usínat se zapnutým mobilem pod polštářem a prášky na vysoký tlak mít jako ranní rozčivku. Začínáme přemýšlet a snažíme se napravovat neduhy, k nimž jsme se překotnou dávkou jednostranného úsilí dostali. Víme, že se nezdravě stravujeme, že málo spíme, sporadicky se pohybujeme. Trpíme neurózami a rodinným přítelem se stává psycholog či psychiatr.

Mnoho lidí hledá, a zejména našlo pomoc v bylinkách. Mgr. Jarmila Podhorná, která založila ihned po svém nástupu do důchodu firmu NADĚJE v Brodce u Konice, má plné šanonny děkovných dopisů. Tu píše radostně muž o snížení cukru v krvi, tu sděluje vnučka, že babička už lépe chodí, přichází pochvalné řádky od lidí, kteří měli trvalé potíže kvůli borelióze a díky bylinným tinkturám se jich zbavili. Zdá se vám to neuvěřitelné?

Ano, jsou to zázraky receptur, vášnivého vztahu k síle bylin i sumarizace poznatků doslova z celého světa, na základě nichž Jarmila Podhorná vytvořila široké portfolio bylinných přípravků, které lidem pomáhají.

Zázraky ze zahrady i z květináče

Již řadu let jsem její království chtěla vidět. Letos koncem srpna se mi to poštěstilo. Prošla jsem bylinnou zahradou, mohla jsem uštipnout sem tam z některé rostlinky a ochutnat, dověděla jsem se nespočet zajímavostí. Už vím, k čemu je dobrá šrucha zelná, třeba pomáhá při srdeční arytmií, vysokém krevním tlaku nebo v prevenci proti šedému zákalu či proti zánětům šlach. Kalisie voňavá se zase



Mgr. Jarmila Podhorná

u nás pěstuje jako pokojová rostlina či v létě na zahradě, i když jsou její domovinou tropy a subtropy. Je to příbuzná naší známé voděňky neboli blázna. Léčitelé ji nazývají rostlinou záračnou, protože má neuvěřitelně široké spektrum použitelnosti – skoro na všechny nemoci. Léčí alergie, prostatu, roztroušenou sklerózu, astma, bolesti kloubů, odstraňuje otoky, cukrovku, syndrom chronické únavy, snižuje dioptrie. Není divu, že je předmětem výzkumu pro vojenské využití. Okusila jsem perillu čínskou, kterou hned zjara zaseji u nás doma na zahradě, abych ji přidávala jako doplněk do salátů nebo z ní vařila čaj.

Poseděla jsem ve vkusné a mile zařízené jednacím místnosti zrekonstruované budovy, kde je zároveň prodejna, a četla mezi výpovědi Jarmily Podhorné řádky jejího příběhu. Třeba o tom, že podnikání není jen o nápadech, ale o značných investicích, které věnovala rozvoji firmy, když měla možnost dokoupit další objekty a pozemky. O zodpovědnosti i touze dělat to, co je pro lidi užitečné.

Prohlížela jsem si výkresy architekta, které mapují další její sen, který by se měl začít brzy měnit v sídlo, kde načerpáte další síly svého já. Jarmila Podhorná by ráda vybudovala centrum ozdravování, kde by její tým poskytoval nejen rady, přípravky, ale i speciální diagnostiku, masáže, meditace. Jediným cílem je posílit harmonii života klientů, vlastně nás všech, kteří stále hledáme, jak to vymyslet, abychom se cítili lépe a všechno zvládali, změnili náš život k lepšímu. „Když vidím, zoufalé rodiče, kteří k nám přijdou požádat o řešení pro své děti, není mi z toho lehká na duši,“ potvrdila praxi Jarmila Podhorná. „Problémy dokumentuje například stoupající počet dětí, které trpí autizmem. I to jsou naši klienti. Vím, že bylinné kúry pomáhají zmírnit jejich obtíže.“ Také podnikatelská a manažerská klientela je stále početnější. Nevhodný životní styl s sebou nese řadu civilizačních chorob, které bylinky ve vyzkoušených poměrech a osvědčených recepturách dokáží zmírnit, napravit, vyléčit, potlačit. Dnu, cholesterol, potíže se žlučníkem, posílení imunity, napravení nervové soustavy, pročištění střevního traktu.

Průkopnice v oboru gemmotherapie

Jarmila Podhorná je rovněž průkopnicí oboru, který se jmenuje gemmotherapie – medicína pupenů. V čem je princip? „Pupeny rostlin představují zárodečnou tkáň, ve které je obsaženo to nejčistější, co má rostlina mít pro svůj další růst. Poskytují sílu, která má širokou škálu účinků. Léčba pomocí výtažků z pupenů je mimořádně šetrná a efektivní, nemá vedlejší účinky a nezanechává v těle žádný odpad. A je vhodná nejen při léčení nemocí, ale i jako prevence,“ vysvětlila Jarmila Podhorná. Za tímto účelem uvedla do praxe loni projekt, který ne-



má v Evropě ani ve světě obdoby: pupenovou zahradu. I tou jsem se měla možnost pochat. Dva hektary mají vlastní tři studny na zavlažování, brigádníky, kteří se o rozlehlou plochu starají, a hojnost nápadů, jak výrobu gemmotherapeutik rozšířit a zpřístupnit dalším zájemcům. Rostou zde řady černého rybízu, topolů, borovic, jeřábů a mnohé další keře a stromy. Stále mi však nebylo jasné, jak se pupeny vlastně získávají. Jestli se zjara otrhají, zpracují, a počká se, až si stromy a keře odpočinou a nasadí znova... Ne, je to úplně jinak. Pupeny se převážně získávají z průklestu, tedy vlastně z odpadu, který většina zahrádkářů nebo sadařů zužitkovává zcela jiným způsobem, tedy štěpkováním. Pupeny se posléze naloží do lihu a probíhá proces louhování, mace-

rování, lahvování. Prošla jsem výrobnou, skladem, zasedačkou, kde se konají semináře pro všechny, které bylinky nadchly a chtějí se něčemu přiučit. Viděla jsem obdivuhodná místa plná energie.

V pátém vydání publikace Byliny léčí

Jarmila Podhorná píše:

Jaké jsou výhody léčby pomocí bylin?

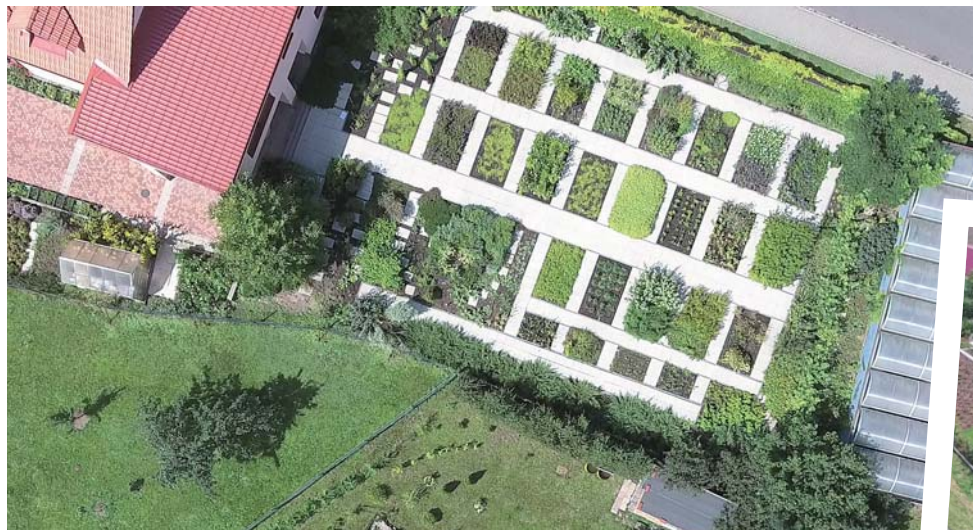
1. Léčbu lze aplikovat u každé nemoci a za každého stavu.
2. Bylinu můžeme použít i v případě, když nevíme, o jakou nemoc jde.
3. Můžeme ji použít i tehdy, kdy nelze nasadit silné léky.

Tuto knihu mám na nočním stolku, a když si ji čas od času pročítám, zjišťuji, že takřka každá lahvička, každá tinktura by se mi hodila: doplněk z bylin jako pomoc při detoxikaci a s protiparazitními účinky, doplněk z bylin jako pomoc při zlepšení činnosti cévního systému, doplněk z bylin při potížích s krevním tlakem, doplněk z bylin při zánětlivých onemocněních ženských orgánů, doplněk z bylin jako pomoc při zvyšování zdatnosti a výkonnosti pro ženy, doplněk z bylin při potížích s nežádoucími procesy v tkáních...

Zkrátka a dobře – podnikatelská filozofie třicetileté Jarmily Podhorné je nadčasová. Jsem ráda, že vám ji mohu prostřednictvím těchto stránek neaprávně přiblížit. Ne, nejsme domluvené a článek není zaplacený. Vím jen, že má tato žena pravdu, velké knowhow a že se nám snaží napovědět, jak žít, abychom to všechno, co je před námi, zvládli.

Eva Brixí

Mgr. Jarmila Podhorná byla 10. září 2016 při příležitosti oslav Univerzity Palackého v Olomouci oceněna za reprezentaci univerzity v České republice i zahraničí.



...a já se konečně rozhodla poslouchat

O aktivitách Jany Merunkové a jejího týmu ze společnosti yourchance píšeme průběžně. Častokrát jsem se ptala sama sebe, proč tato žena věnuje tolik času jiným, proč jí není jedno, jak lidé žijí a jak se za pár let bude mít mladá generace. Na otázku jsem si nakonec nikdy neodpověděla, protože je to patrně téma, které odpovědi nehledá. Podobně se ptala svého nitra i Jana Merunková. Má slovo:

Společnost yourchance oslavila letos v létě šesté narozeniny. V čem je rozdíl mezi tím, jak jste začínali, a tím, jaké postavení na trhu dobročinných aktivit máte dnes?

Možná bych měla začít tím, v čem jsme se nezměnili... Jak jste sama řekla, yourchance stále slaví nikoliv výročí vzniku, ale narozeniny. Řekla bych, že to, co u nás vládlo na začátku – přátelská, otevřená atmosféra orientovaná na výsledky – to je v práci celého týmu cítit dodnes. Před šesti lety jsme ale byly jen dvě. Nyní je nás jen v základní sestavě kolem dvaceti, a to nepočítám dobrovolníky, kteří jsou nedílnou součástí našich projektů. Jak projekt Začni správně, tak Finanční gramotnost do škol a Podnikavost.cz si získaly zájem svých uživatelů i respekt odborné veřejnosti. Na to jsem velmi hrdá. Je to výsledek každodenního úsilí celého týmu.

Projektů máte několik – o čem jsou především?

Angažujeme se ve dvou oblastech. První z nich je integrace mladých lidí do běžného prostředí, po odchodu z dětského domova nebo pěstounské rodiny stojí na prahu svého samostatného

života. My pro ně vytváříme prostředí lidí, kteří jim pomohou zvládnout úskalí a nástrahy, které je mnohdy na začátku čekají. Druhou oblastí, kde jsme cítili potřebu přiložit ruku k dílu a dosáhnout potřebných změn, je výuka finanční gramotnosti. Tady se zaměřujeme na práci s učiteli, hlavně na kultivaci výuky zdravých finančních návyků. Ruku v ruce s tím jde rozvoj podnikavosti a zájmu o podnikání. Zdá se nám alarmující, že ani po téměř třiceti letech života v kapitalismu se běžně principy podnikání neučí a podnikání není žákům prezentováno jako jedna z možných cest k osobní prosperitě.

Jako zakladatelka jste se před dvěma lety stala i ředitelkou. Jak se liší tyto dvě pozice?

V první řadě mě napadá – jako ředitelka nesu coby statutární orgán společnosti, veškerou odpovědnost. Samozřejmě řízení společnosti podléhá kontrole správní a dozorčí rady, ale výkonná moc jde za mnou. V případě yourchance jsme k tomuto kroku s kolegyní Gábinou Křivánkovou přistoupily hlavně z důvodu odpovědnosti za správu svěřených financí. Já

jsem hlavní fundraiser, který zajišťuje financování projektů, a přišlo nám logické, abych také odpovídala našim donátorům za to, jak s jejich dary nakládáme. Bereme to jako krok k otevřenější komunikaci s našimi partnery.

Zdá se nám alarmující, že ani po téměř třiceti letech života v kapitalismu se běžně principy podnikání neučí a podnikání není žákům prezentováno jako jedna z možných cest k osobní prosperitě.

A proč jste vlastně své kariérní aktivity nasměrovala právě touto cestou? Pomáhat dětem z dětských domovů, učit mládež finanční gramotnosti, dbát o to, aby se lidi měli dobře?

To je otázka, kterou jsem si mnohokrát pokládala a nikdy jsem na ni nenašla jinou odpověď než, že Bůh to tak chtěl... Já jsem původem vystudovaná knižní kritička, následně jsem vystudovala a roky se živila koučováním vrcholového managementu a majitelů firem. Ale necítila jsem, že bych byla skutečně užitečná... Když už se na to nemohl dívat, klepnul mě pořádně přes prsty a já se ko-



Jana Merunková

nečně rozhodla poslouchat. A upřímně musím potvrdit, že roky v yourchance jsou pro mne velkou životní radostí.

Vaše činnost potřebuje dárce. A také argumenty. Je těžké je formulovat?

Vlastně ani ne. Na začátku jsem oslovila s prosbou o podporu lidi, kteří mě dobře znali a věděli, že nejsem zvyklá mluvit do větru. Dovolili nám tím položit pevné základy a prokázat první výsledky. Následovaly další postupné kroky, přišli noví dárce. Cestou jsme získávali i několik dobrých rádců, kteří jsou s námi ochotni sdílet své znalosti a zkušenosti. A my se snažíme, aby jejich čas a slova padly na úrodnou půdu...

Co všechno chystáte do konce roku 2016?

Druhá polovina letošního roku je a bude, řekla bych, turbulentní. Koncem srpna začne realizačnímu týmu Finanční gramotnosti do škol maraton konzultací a workshopů s učiteli nazvaný Finančně gramotná škola. Už teď desítky škol mají zájem během školního roku využít metodické podpory našich specialistů. V Začni správně vrcholí příprava na konferenci Z domova do života a na udílení cen Bílá vrána. Zároveň s tím nás čekají četná vystoupení na konferencích a veletrzích. Připravujeme také dvě nové publikace. V médiích se objeví zajímavosti z dílny obou našich expertních týmů. To všechno k běžnému provozu a náplni jednotlivých projektů. A závěrem snad ještě to, že jsme v září navázali úzkou spolupráci s novým subjektem. Věřím, že spojení našich sil bude přínosem pro obě strany.

ptala se Eva Brixi



Tetra Pak vidí příležitosti k růstu na trhu 100% džusů

Trh 100% džusů by měl opět začít růst, a to navzdory globálnímu ekonomickému zpomalení. Vyplývá to ze závěrů výzkumné studie 100% Juice Index, kterou zpracovala společnost Tetra Pak. Růst na některých trzích spolu se zpomalováním poklesu na zavedených trzích situaci stabilizuje. Očekává se, že se nabídka 100% džusů v roce 2018 vrátí k růstu jako celek.

Ze závěrů studie vyplývá, že 100% džusy zůstávají významnou součástí stravy průměrného spotřebitele – denně je pije 40 % lidí na světě. Spotřebitelé dále uvádějí, že jsou ochotni zaplatit vyšší cenu za džusy, které spojují se zdravou výživou. Tato zjištění ukazují na velký potenciál 100% džusů. Růst potáhnou produkty, které splňují potřeby spotřebitelů z hlediska zdraví a konzumace mimo domov, což jsou trendy zvláště patrné u generace tzv. Millennials, která je dosud nejlivnější generací spotřebitelů. Výrobci nápojů již reagují zaváděním inovací ve třech hlavních oblastech: zeleninové džusy, „čistě přírodní“ a speciální 100% džusy.

✓ **Zeleninové džusy:** Směsi, které obsahují zeleninu a ovoce, mají nižší obsah cukru

a vyšší zdravotní přínosy. Nyní jsou celosvětově čtvrtým neoblíbenějším druhem 100% džusů. Počet produktů se zeleninovým podílem, které jsou nově uváděny na trh, byl v roce 2015 trojnásobný oproti roku 2012.

✓ **Čistě přírodní:** Za posledních šest let vzrostl tržní podíl přírodních džusů (nevyrobených z koncentráту) na úkor džusů z koncentráту z 25 % v roce 2009 na téměř 30 % v roce 2015. Počet nově zaváděných „čistě přírodních“ produktů stoupal v letech 2012–2015 průměrným ročním tempem 25 %.

✓ **Speciální 100% džusy:** Více než 60 % spotřebitelů na celém světě má zájem o produkty s prokázanými zdravotními přínosy. Vedle přidávání zeleniny do směsí výrobci stále častěji nabízejí 100% džusy obohacené o vitamíny. Např. v roce 2015 představovaly obohacené produkty s funkčními zdravotními přínosy pro imunitu, srdce, zažívání, kosti, mozek a krásu celkem dvě třetiny všech produktů nově uváděných na trh.

Studie ukazuje, že výrobci na celém světě se snaží výzvy, které přinášejí změny v životním stylu, změnit v příležitosti. V kategorii 100% džusů dosahují růstu zaváděním nových pro-

Džusy na českém trhu

„Podle sledování společnosti Nielsen činila v roce 2015 spotřeba džusů, ovocných šťáv a nesycených ovocných nápojů v obchodech s potravinami a smíšeným zbožím v ČR 119 mil. l v hodnotě 2,8 mld. Kč. Z toho připadalo na 100% džusy celkem 38,6 %, tj. 46 mil. l (1,2 mld. Kč),“ uvedla Lenka Hálková, marketingová manažerka společnosti Tetra Pak Česká republika.

duktů, kterým se daří zaujmout spotřebitele. Vedle tradičních pomerančových či jablečných džusů přichází s celou řadou nápaditých zeleninových směsí i s novými druhy ovoce jako brusinka nebo mango, což nabízí nekonečně mnoho možností pro nové receptury. Klíčem k úspěchu jsou inovace a nabídka správného produktu ve správný okamžik, který bude vyhovovat potřebám moderních spotřebitelů. Neméně důležité je i zaujmout jejich pozornost a navázat s nimi kontakt. (tz)

INZERCE

Charitativní akce 5 000 000 Kč pro dětský úsměv

Dětem jsme
společně pomohli
částkou:
5 351 628 Kč

Děkujeme všem,
kteří svým nákupem přispěli.



Vybírejte židli podle postavy

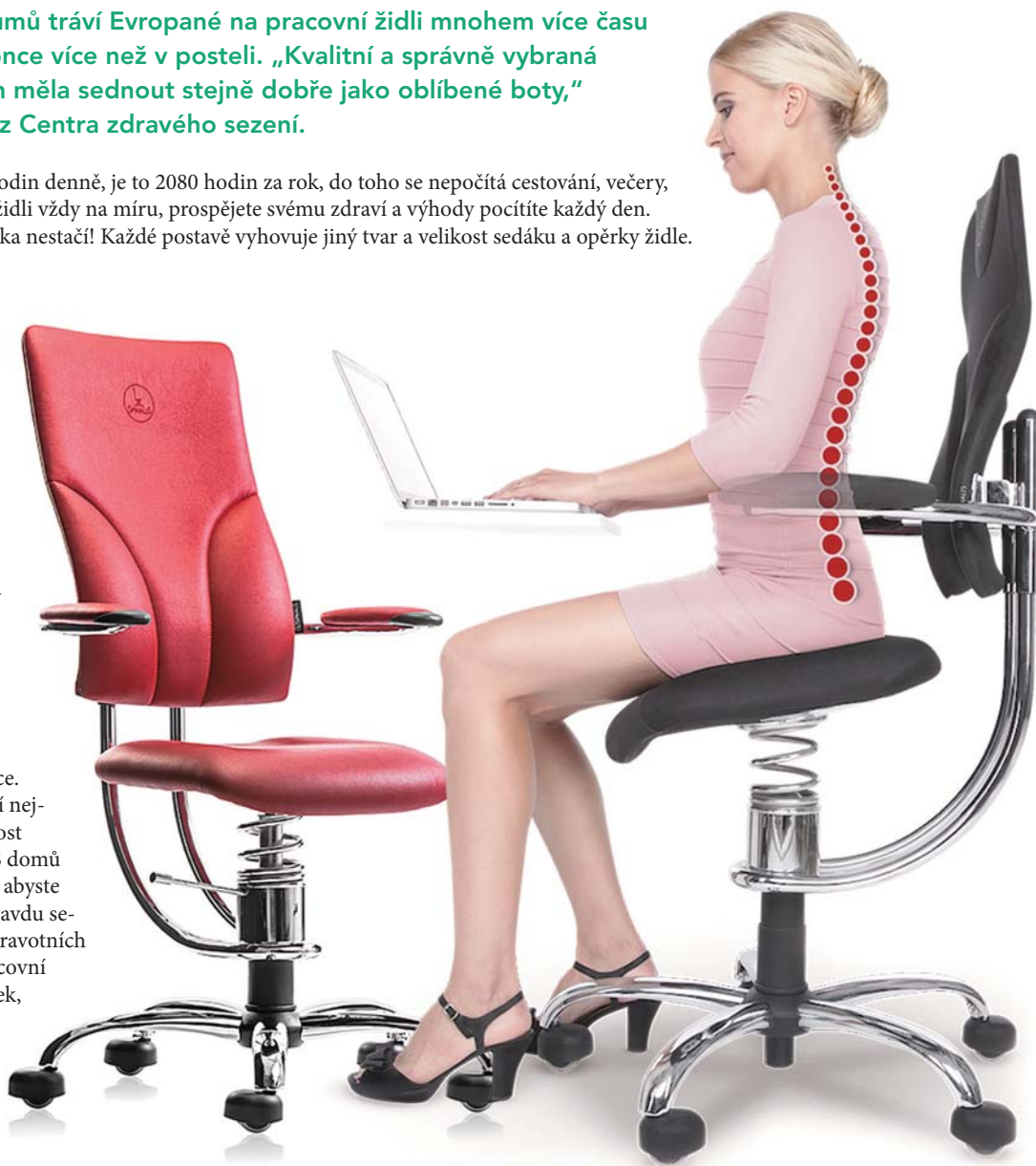
Podle posledních průzkumů tráví Evropané na pracovní židli mnohem více času než kdekoli jinde, dokonce více než v posteli. „Kvalitní a správně vybraná kancelářská židle by vám měla sednout stejně dobře jako oblíbené boty,“ řekl Mgr. Adam Zaydlar z Centra zdravého sezení.

„Pokud jen v práci sedíte osm hodin denně, je to 2080 hodin za rok, do toho se nepočítá cestování, večery, víkendy a dovolená!“ Vybírejte židli vždy na míru, prospějete svému zdraví a výhody pocítíte každý den. Výškově nastavitelná židle zdaleka nestačí! Každé postavě vyhovuje jiný tvar a velikost sedáku a opěrky židle.

Apollo pro ženy a štíhlejší muže

Zdravotní židle Apollo je ideální zejména pro ženy, ale i pro štíhlé muže. Je určena pro výšku postavy 150–180 cm, maximální nosnost je však až do 110 kg. Nastavení výšky sedáku, područek a opěrky je samozřejmostí u všech typů zdravotních židlí SpinaliS.

Patentovaný pohyblivý sedák na pružině umožňuje aktivní sezení, tedy takové, které kompenzuje současný sedavý způsob života a malé množství fyzické námahy a pohybu. Na výběr je 28 barev a různých druhů potahů, chromová nebo černá konstrukce. Centrum zdravého sezení nabízí nejen odborné rady, ale také možnost zapůjčení vybrané židle SpinaliS domů nebo do kanceláře, a to zdarma, abyste si mohli ověřit, že vám židle opravdu sedne! Vybírat lze z deseti typů zdravotních židlí a pro každou postavu i pracovní pozici, včetně zubařů, kosmetiček, IT pracovníků i vrcholných manažerů. Židle SpinaliS jsou certifikovanou zdravotní pomůckou, která bolestem zad nejen předchází, ale dokonce je i léčí. (tz)



Koho a co mám ráda

Generation GERnétic:

Úplně jiná generace zkrášlující péče



Nedávno se mi do rukou dostala novinka značky GERnétic. V úhledné bílo-zlaté krabičce se nacházela tubička s na první pohled běžným krémovým obsahem. Dokud jsem jej nenanesla na tvář. Při prvním setkání s kůží se do vzduchu uvolnila typická vůně čistoty a mého dětství. Značka je touto parfemací už proslulá. Generation GERnétic neboli GG se na pleti rozplýval a s každým pohybem se měnil v produkt, který krásně vyhlazoval strukturu, sjednotil barevný tón pokožky. Co mne ale fascinovalo více, byl pocit komfortu a příjemné hydratace. Působil totiž dlouhé hodiny po aplikaci. V horké první polovině září jsem si s ním bohatě vystačila. Večer jsem GG používala jako bázi pod make-up, kdy jsem naopak potřebovala líčení „přikovat k pleti“. Nezklamal a dramatický look mi vydržel celou noc do doby, než jsem si zula lodičky a došla ke kosmetickému stolečku. Na tohoto multifunkčního pomocníka nedám dopustit. (kat)

Ženy vítězí nad muži v počtu nově založených živností

Rostoucí trend počtu žen podnikatelek dále pokračuje a již dvanáctinásobně převyšuje počet podnikatelských subjektů nově založených muži. Největší bariéru při zahájení podnikání vidí ženy v nedostatku financí, nepřehledné byrokracii, ale i v obavě o zabezpečení rodiny. I přesto jsou tři čtvrtiny podnikatelek spokojeny se svojí pracovní volbou, zatímco běžně zaměstnané ženy pouze z jedné třetiny. Trendem začíná být dosažení nezávislosti. Vyplývá to z výsledků průzkumu a analýzy Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR, společnosti Ženy s.r.o. a Ministerstva průmyslu a obchodu.

Průzkum realizovala pro AMSP ČR a Ženy s.r.o. agentura IPSOS, a to na vzorku 670 žen. Srovnávací analýzu podnikatelů a podnikatelek připravila AMSP ČR ve spolupráci s MPO.

Přestože muži v podnikání stále převládají, jejich počet v posledních letech stagnuje a domínuje trend trvalého růstu počtu podnikajících žen. V roce 2015 počet podnikatelek vzrostl o dalších 7223 žen, zatímco mužů přibýlo jen 609. Zajímavé je i to, že ačkoliv mužů podnikatelů je vůči ženám téměř dvojnásobek, za poslední rok přibýlo srovnatelně nových živnostenských oprávnění. Na jednoho muže tak dnes připadá v průměru 1,48 živnostenských oprávnění, na jednu ženu je to 1,32. Podnikatelky jsou se svým životem i příjmem mnohem spokojenější než ženy v zaměstnanectvém poměru. To potvrzuje také skutečnost, že pouze jedno procento oslovených žen podnikatelek nechce, aby jejich děti v budoucnu podnikaly.

Pro zahájení podnikání ženy nevyhledávají pomoc s prodejem produktů, příliš nespořádají na státní ani evropskou podporu, naopak za rozhodující považují podporu rodiny. Vadí jim nesrozumitelnost všech administrativních povinností, potýkají se s nedostatkem zdrojů a přivítaly by dobře pochopitelný a finančně dostupný informační servis. Předseda AMSP ČR Karel Havlíček k tomu dodal: „Ženy vstupují do podnikání velmi zodpovědně, jejich hlavní motivací není mimořádný úspěch a společenské postavení, ale pragmaticky sledují efekt pro rodinu a vyšší stupeň nezávislosti. Stále uvažují velmi hospodárně, snaží se z minima získat maximum a odmítají riskantní kroky. Tím se podstatně odlišují od mužů, kteří jdou za vyššími cíli, ale rovněž s větší dávkou rizika.“

„Právě velká odpovědnost, s níž podnikavé ženy vstupují do businessu, je jedním z důvodů, proč pro nás tato skupina klientek představuje důvěryhodnou klientelu v případě poskytnutí podnikatelských úvěrů.“ uvedl Jan Pari, segmentový manažer Raiffeisenbank. Polovina žen, které se rozhodly podnikat, míří do oblasti



foto Pixabay

Co může pomoci ženám začít podnikat

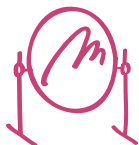


služeb, následuje drobný obchod, naprosté minimum žen se rozhodlo pro výrobní odvětví, s výjimkou drobné ruční výroby. Za zcela zásadní faktor při rozhodování o oboru podnikání považují ženy možnost skloubit pracovní a rodinný život. Hlavní motivací pro tři čtvrtiny žen je uspořádání pracovní doby, dvě třetiny to považují za cestu k nezávislosti, naopak jen každá sedmá žena chce začít podnikat, protože má podnikatelský nápad.

Téměř třetina žen míří do oblasti poradenství, k čemuž využívá zejména práci z domova. Trendem jsou ale rovněž malé provozovny typu kaváren, čajoven nebo prodejny vlastních ručních výrobků, roste i zájem provozovat e-shopy. Mírný zájem je o provozování butiků s textilem, cukrárny nebo například školky. Důležitým faktorem rozvoje podnikání žen je podle průzkumu jejich průběžné vzdělávání. Na 29 % oslovených podnikatelek se pravidelně účastní vzdělávacích

kurzů pro podnikatele. Preferované jsou převážně klasické kurzy jako osobní setkání, workshopy nebo konference. Zájem o online kurzy je, i přes deklarovanou časovou i finanční úsporu, výrazně nižší. Ženy podnikatelky jsou ochotny do svého vzdělání investovat v průměru ročně 5000 Kč. „Osobně si myslím, že je to způsobeno špatnou zkušeností a řadou podvodných společností, které na lokálním trhu pojem online vzdělávání pokazily. Placené platformy je nezbytné předem vždy řádně prověřit,“ sdělila Eva Čejková Vašková, patronka projektu Podnikavá žena AMSP ČR a jednatelka Ženy s.r.o.

Ženy si uvědomují, že základní finanční kapitál a informace o podnikání jsou nezbytností. I proto AMSP ČR za podpory Raiffeisenbank každoročně vyhlašuje Grantový program Podnikavá žena toku, kdy deset nejzajímavějších podnikatelských příběhů získává zajímavou finanční odměnu. (tz)



Tip pro vaše svěží já Nový Crème GG od kosmetiky GERnétic patří do každé kabelky

Přečtěte si, jak dělat s Génération GERnétic divy na počkání



Každá žena to zažila nesčetněkrát. I když je prvotřídně nalíčená, intuice ji vede k úvaze, že by

to přece jen ještě něco málo chtělo. Ale co? Někdy se těžko hledá i zkouší. Jindy nápad spadne jako z nebe. Tentokrát jako novinka přichází v úvahu jedna báječná novinka. Rozjasňující krém s optickou korekcí na obličej, krk a dekolt CRÈME GG.

Ten uvedla na trh francouzská kosmetika GERnétic. Jde o dokonalý tónovací krém, který si zamilujete hned po prvním použití. Díky svým vlastnostem stírá zažité hranice mezi účinnou péčí o pleť a kvalitním líčením.

V čem je kouzlo

Působí bezprostředně po aplikaci, pleť okamžitě sjednotí a vyváží. Obsahuje totiž mikrokapsle, které při rozetření krému uvolní na pokožku barevné mikropigmenty a rozjasňující látky, díky nimž dochází ke zmíněné optické korekci vzhledu pleti. Účinné výtažky z rostlin a jedinečná receptura zabraňují únavě pokožky. Stimulátory buněčného růstu podporují

správné fyziologické funkce. UV faktor ochraňuje pokožku před slunečními paprsky. Matující kuličky bez silikonu doladí celkový efekt. Pleť tak na dotek působí hedvábným a napudrovaným dojmem.

Použití je velmi jednoduché

Aplikujte na závěr ranní péče nebo jako podklad pod make-up. Naneste lehkým vtíráním rovnoměrně na obličej, krk, popř. i dekolt. Během dne opakujte aplikaci podle potřeby. Přípravek byl intenzivně dermatologicky testován.

Kosmetika, psychologie a business

Praktické balení v tubě 30 ml je ideální do každé kosmetické taštičky ve vaší kabelce. Nikdy vás nezklame. Bude vašim přátelským společníkem v jakékoli situaci. Přidá vám na sebevědomí, posílí váš pocit jistoty. Na jakémkoli obchodním jednání to bude znát. Budete-li spokojena sama se sebou, příznivé výsledky businessu na sebe nenechají dlouho čekat. Kosmetika a podnikání či špičková manažerská práce k sobě patří.

(red)

www.gernetic.cz

Staňte se našimi fanoušky:

www.facebook.com/GERnetic.cz



Fejeton

Kočka na víkend

Lidé se, jak známo, dělí na „pejskaře“ a „kočkaře“ podle toho, s jakým čtvernohým přítelem spojí svůj osud. K nám už léta patří víkendové kočičky. Tráví s námi všechny soboty, neděle, svátky a dovolené, kdy jsme spolu na chalupě v kokořínských lesích.

Asi bychom se bez nich i obešli a přišli o to vzácné přátelství, které člověka se zvířetem spojuje. Ale kočky si nás našly, zjistily, že jim vyhovujeme, a od té doby jsou „naše“. Prostě si nás vybraly. Začalo to zcela nenápadně. Jednoho dne se na nás přišel podívat černý kocourek. Chvilí zvědavě pokukoval a dával naše zájem se blíže seznámit. A protože sympatie byly na obou stranách, dostal do misky pohoštění, které přijal s nonšalantní samozřejmostí. S plným břichem odkráčel, aby se druhý den objevil zas. Chvilí si nás takhle „otukával“, než se rozhodl, že zůstane natrvalo. Dostal jméno Tonda.

Toníček měl dva problémy. Především se musel smířit s tím, že pravidelně odjíždíme přes týden do města a ponecháváme ho svému osudu. Na to si brzy zvykl. Přebýval, kde se dalo, ale sotva zaslechl příjíz-

dějící auto, byl tu. Založením byl melacholik se sklony k depresím, což byl jeho druhý problém. Když se na dvorek objevila Tynynka, musel se dělit nejen o potravu, ale i pohlázení.

A s tím se srovnával, vzhledem ke svému povahovému založení, opravdu těžko. Mňoukal tak žalostně, že nám to mohlo srdce utrhnout. A s nářkem se často vzdaloval, aby se někde v ústraní vyplakal ze svého splínu.

Bíločerná Tynynka měla jinou náuru. Dokázala se dívat do očí upřeně a tak dlouho, až každému došlo, že bez pamlsku nedá pokoj. Byla až vtíravě roztomilá a kategoricky nesmlouvavá. Pokud jsme ji odbyli něčím, co jí nešlo pod vousy, uměla to dát pěkně najevo. Viděli jsme, jak se urazila a hněvala. Později rozdělila svou přízeň mezi nás a další „Pražáky“. Protože si ji předcházeli laskominami,

odcházela k nim vždy, když se objevili. A k nám se pak vždy



foto Pixabay

vracela až tehdy, když sousedovic chalupa osiřela. Dvě kočky na víkend by nám úplně stačily, ale jednoho dne se přiblížil další zájemce o stravu a ubytování. Byl to mladý kocourek s černým kabátkem a bílou náprsenkou. Snažili jsme se ho přátelsky odehnat, ale usadil se hned za plotem, aby poté udělal další pokus o přiblížení. Nakonec jsme to vzdali a Fanoušek taky dostal krmení do misky. Brzy se stal dalším inventářem domu, našel si pelíšek na půdě, odkud vyhnal rodinku kun, a zůstal nám věrný až do smrti. Jen v době námluv jsme o něm i týdně nevěděli, aby se pak vrátil pokoušaný, vyhublý, ale šťastný, že je opět mezi námi. Než jsme dali Tynynku ke zvěrolékaři, nadělila nám několik koťat. Z jednoho malého zvířátka vyrostla pěkná kočičí dáma, která tvoří součást čtvernohého ansámblu. Je velmi plachá a trvalo několik let, než se nechala pohladit. Ke štěstí jí postačí plný žaludek a naše přítomnost.

Koček se tu vystřídal několik. Z vesnice přijdou na krátkou návštěvu další. Bez nich bychom si víkend už ani nedovedli představit. Jsou příjemnými společníci. Sdíleme s nimi lásku, pocit souzářnosti a můžeme se od nich i něco přiučit. Jsou to osobnosti, svým způsobem nezaměnitelné a jedinečné. Co je spojuje, čím si nás získaly, je jejich charakter. I když patří k nám, zůstaly nezávislé. Svoboda je u nich nade vše!

Pavel Kačer

Polovina Čechů bojuje s časem a pozdními příchody

Celá polovina Čechů přiznává zásadní problémy s dochvilností. Vyplývá to z průzkumu na reprezentativním vzorku populace ČR pro společnost Uber. Zajímavé přitom je, že zatímco vlastní zpoždění připouští již zmíněných 50 % populace, až 85 % Čechů paradoxně tvrdí, že musí na svůj protějšek při schůzkách pravidelně čekat, a to až deset minut.



Meškající se přitom nejčastěji vymlouvají na veřejnou dopravu, dopravní problémy a komplikované parkování. Pro snadnější plánování času proto Uber spustil novinku – umožňující naplánovat si jízdu s předstihem 30 minut až 30 dní. Extra jistotu „dorazit včas“ přitom Češi nejčastěji požadují před pracovním pohovorem nebo odletem/odjezdem letadla, vlaku nebo autobusu. Překvapivě pozdní příchody Čechům tolik nevadí v případě návštěvy u lékaře nebo rande.

S věkem klesají pozdní příchody, mladší a vzdělanější meškají častěji

Z průzkumu společnosti Uber vyplynulo, že na přesnost si nejvíce potrpí lidé ve vyšším věku. Na 60 % Čechů ve věku od 54 do 65 let téměř nikdy nejezdí na schůzku pozdě a dokáže si čas dobře zorganizovat. Naproti tomu mladí ve věku 18 až 26 let bojují s pozdními příchody v celé pětině případů. Přes 11 % mladých přitom mešká i každou druhou schůzku. V tom, jak často chodí pozdě na schůzky muži a ženy, nejsou zásadní rozdíly. Zajímavé ale je, že problémy s dochvilností mívají častěji absolventi vy-

Ujel mi spoj, nemohl jsem najít místo na parkování a jiné neprůstřelné výmluvy

Více než polovina (51 %) Čechů se v souvislosti se zpožděním vymlouvá na problémy s veřejnou dopravou, na MHD se přitom nejvíce vymlouvají Pražané (77 %) a mladí lidé do 26 let (82 %). Další výmluvy směřují na komplikace při cestě vlastním autem (38 %), na problémy s parkováním (25 %) nebo na zpoždění vinou předchozí schůzky (23 %). Nejčastější výmluvou mladých do 26 let je pak také to, že zaspali (36 %). Spolehlivou a dostupnou záchranu pro všechny opozdilce od 28. září nabízí Uber díky možnosti objednat jízdu s předstihem 30 minut až 30 dní. Stačí si v kalendáři označit datum, čas, místo pro vyzvednutí a cíl. V aplikaci si uživatel nastaví upozornění, které připomene čas vyzvednutí. Tato novinka přináší extra jistotu v časech, ve kterých může být poptávka po svezení velmi vysoká, resp. naopak v dané lokalitě se nemusí nacházet dostatek partnerských řidičů Uber. Dle aktuálních dopravních infor-

mací navíc inteligentní systém navigace zvolí nejrychlejší cestu k cíli.

„Jsem tam za tři minuty...“

Průzkum pro Uber potvrdil, že Češi jsou, co se týče zpoždění, velkorysí a tolerantní. Na svůj protějšek většinou počká až 85 % Čechů. Polovina dotázaných je ochotna čekat až „akademických“ 15 minut. Muži jsou přitom mnohem trpělivější a na svůj protějšek jsou ochotni čekat déle než ženy. Téměř 30 % mužů počká i déle než 15 minut, u žen je to pouhá pětina. Více než půl hodiny je ochotných čekat jen 6 % Čechů. Tolik času ale typický opozdilce nepotřebuje. Až 45 % těch, kteří jezdí na schůzky pozdě, má nejčastěji zpoždění do deseti minut (98 % žen a 80 % mužů). Do pěti minut má zpoždění 44 % Čechů a 9 % dotázaných uvedlo, že jejich zpoždění se typicky pohybuje do 15 minut. V průměru ženy mívají menší zpoždění než muži (muži cca 7,3 minuty a ženy cca 6,2 minuty).

Dítě počká, pracovní pohovor nikoliv

Pro Čechy je největším hnacím motorem dochvilnosti pracovní pohovor, a to v téměř celé třetině případů (27 %). Významným důvodem, proč přijít včas, je i odjezd autobusu, respektive odlet letadla (15 %), obchodní schůzka (13 %), práce, resp. začátek pracovní doby (11 %), návštěva u lékaře (9 %) nebo významná životní událost (9 %). Zdá se však, že zpoždění v soukromých záležitostech Češi až tak neřeší – pouze pro 5 % dotázaných Čechů je totiž důležité přijít včas na rande. Ještě méně vnímáme potřebu přijet včas pro své dítě do školy či družiny (4 %) nebo na kulturní akci (4 %). Pouze pro 4 % Čechů je důležité být dochvilný vždy a všude. (tz)

Luppita je butik italských značek v Praze

V červnu otevřený butik Luppita v Praze na Vinohradské třídě vstoupil na český trh sebevědomě a hravě. Patří k aktivitám společnosti Terezia Company s.r.o. Českým zákaznicím přináší italskou módu, která potěší, rozjasní mysl, osvěží. Modely jsou rukopisem italských designérů a dávají ženám na výběr z mnoha rozmanitých směrů. Zakladatelům jde o to, aby každý kousek nového oblečení přinášel radost, pohodu. A nejen to. Přáním je, aby se zákaznice cítily v modelech žensky, svůdně, rafinovaně, výjimečně.

Mezi modely najdeme značky jako například Mary D'Aloia od italské návrhářky a designérky, která výhradně šije z nejkvalitnějších materiálů a s vášní „real made in Italy“. Tato známá italská návrhářka obléká italské hvězdy showbusinessu v Evropě. U nás je nově zavedla právě v butik Luppita. Mary D'Aloia čerpá z dvacetileté zkušenosti v oblasti designu a výroby nádherných

oděvních kolekcí. V butik najdeme také modely z dílny Gil Santucci. Jeho šaty jsou inspirované a navrhované pro zákaznice, které se chtějí cítit žensky „sexy“ a neobvykle. Čistá tvůrčí energie a identita ženy jsou srdcem módy Gil Santucci. Gil Santucci chce promítat myšlenky, obrazy a slova ve snaze prozkoumat ženskou psychiku, bere svou inspiraci z prolínání minulosti a současnosti. Hlavním tématem je individualita ženy. Kolekci osvěžuje i více komerční značka Rinascimento, která je cenově dostupnější. „Rinascimento“ – italský výrobce dámských oděvů, které jsou považovány za kombinaci modernosti a elegance. Stejně jako se proměňuje společnost, mění se i šaty a móda. Z tohoto důvodu je značka Rinascimento silně ovlivněna nejnovějšími módními tendencemi. Nabízí šaty, halenky, kalhoty, sukně, bundy a jiné produkty za velmi příznivou cenu.

V butik Luppita naleznou zákaznice i šaty, které nestojí tolik, v Itálii je tato móda nazývána jako Pronto Moda. Móda neznámých italských



návrhářů nebo méně známých značek, které se inspiroují aktuálními světovými trendy. Tyto kolekce se doplňují tak, aby se daly jednotlivé střihy a materiály kombinovat. Vкус a výběr modelů vám umožní vypadat noblesně, sebevědomě, elegantně, nadčasově.

V butik Luppita zakoupíte i kabelky a různé doplňky a také nádherné italské boty značky Buzzi.

(tz, rix)

**DESET LET
PREZENTUJEME
ŠIKOVNÉ PODNIKATELKY,
MANAŽERKY, JEJICH
FIRMY A PROJEKTY,
NÁZORY I NÁPADY.**



Madam Business vychází měsíčně jako příloha časopisu Prosperita. V tištěné podobě zasíláme mnoha osobnostem, které ovlivňují, kultivují a obohacují podnikání v ČR. To jsou naši čtenáři.

Obsahuje rozhovory, články, zprávy, ankety, redakční rubriky i poezii všedního dne. To vše jako výsledek seriózní spolupráce a mistrovské žurnalistiky obohacené letitými zkušenostmi. Stavíme na vztazích.

Možnost komerční prezentace. Připojte se k zajímavým příběhům v Madam Business i vy. Podpořte svůj produkt, rozdělte se o svůj úspěch.