

Madam Business®

červen 2008

Žena, která se neztratí

SNADNO SE STAVÍ SLAVOBRÁNY

Markéta Bartíková

Snadno se staví slavobrány
když není vítězů
ani poražených
V zemi snů
den co den
vyschne kus moře
Přesto nám stavím slavobránu
i když není vítězů
Nejsou poražení



str. 1, 12–14 Chce to dobrý nápad a trochu odvahy

► rozhovor s majitelkou firmy Studio VANDA Vandou Štichovou

str. 3 Cítit se v práci dobře
takové podmínky chci vytvořit našim zaměstnancům
str. 8–10 Rodinná firma očima obchodní manažerky

S Ticket Medica nejen k lékaři

Příjemné řešení preventivní i nadstandardní péče o naše zdraví (na které navíc může zaměstnancům přispívat zaměstnavatel) představují poukázky společnosti Accor Services – Ticket Medica. Mohou se jimi hradit například náklady na očkování, lázeňské programy, fyzioterapie, ale i nakupovat léky, vitamíny a zdravotní pomůcky. Síť partnerských provozoven dále tvoří praktičtí a specializovaní lékaři, stomatologové, centra specializované léčebné péče, lázně a další. S poukázkami Ticket Medica lze platit i regulační poplatky u lékařů (30 Kč), za pobyt v nemocnici (60 Kč/den) a za návštěvu pohotovosti (90 Kč).



Kromě praktických možností využití nabízí poukázka také atraktivní finanční výhody – příspěvek pro zaměstnance nepodléhá dani z příjmu fyzických osob ani odvodům na sociální a zdravotní pojištění, zaměstnanci tak získají o 48% navíc proti příspěvku do mzdy. Navíc tento druh příspěvku umožňuje také daňové zvýhodnění na straně zaměstnavatele. Společnost Accor Services si také připravila příjemnou novinku pro všechny držitele poukázek – již od 1. května 2008 jsou v prodeji poukázky s prodlouženou platností – a to do konce roku 2009.

(tz)



Šárka Holakovská

UŽ VÍTE, JAK PROŽIJETE LÉTO? BUDE VESELÉ? PLNÉ RELAXAČNÍ ENERGIE? MĚSÍC U VODY, JEN S NEJBLIŽŠÍMI? NEUMÍTE SI PŘEDSTAVIT SLUNÍČKO BEZ VLN A NEJMÓDNĚJŠÍCH PLAVEK? MOŘSKÝ VZDUCH K TOMU A VŮNI OPALOVACÍCH KRÉMŮ? PŘEDSTAVY O DOVOLENÉ MAJÍ JEDEN SPOLEČNÝ RYS – MÁLOKDO VYNECHÁ MOŘE A SLASTI S TÍM SPOJENÉ. PO MĚSÍCÍCH STRESU, PLNÉHO PRACOVNÍHO TEMPA, OBCHODNÍCH JEDNÁNÍCH, ŘADĚ KONFERENCÍ, NAŠLAPANÝCH VÍKENDECH A POCITU, ŽE NIC NEMŮŽETE STIHNOUT, MÁTE NAD HLAVOU NEBE BEZ MRÁČKU A LENOŠENÍ NA LEHÁTKU... O NABÍDCE JEDNÉ CESTOVKY A JEJÍ MAJITELCE ŠÁRCE HOLAKOVSKÉ JSOU NÁSLEDUJÍCÍ ŘÁDKY:



MOŘE ZNAMENÁ odpočinek

PŘED ROKEM JSTE ZALOŽILA SVOJI VLASTNÍ CESTOVNÍ KANCELÁŘ MARIS TRAVEL. PŘINESLI JSME TEHDY S VÁMI ROZHOVOR PRÁVĚ NA TOTO TÉMA. CO SE ZA TĚCH DVANÁCT MĚSÍCŮ ZMĚNILA?

Před rokem jsme začínali od nuly a trvalo několik měsíců, než si naše jméno lidé zapamatovali a začali nás vnímat jako cestovní kancelář specializovanou na letecké zájezdy. Dnes již mohu říci, že rok usilovné práce přináší ovoce a počet našich spokojených zákazníků roste.

NABÍZÍTE TUNISKO A DJERBU, CHYSTÁTE SE NA DALŠÍ ATRAKTIVNÍ ÚZEMÍ. PROZRADÍTE JIŽ?

Tunisko a ostrov Djerba jsou stále našimi stěžejními destinacemi. Nicméně již od jara jsme do naší nabídky zařadili egyptské letovisko Hurghada a na zimu chystáme Sharm El Sheikh. Dále nabízíme pobyty na Kypru, ve Spojených arabských emirátech a na Maledivech.

O BLAHODÁRNÝCH ÚČINCÍCH MOŘE NENÍ POCHYB. CO MÁTE NA MOŘI NEJRADEJI VY?

Pro mě moře znamená zejména odpočinek. Jakmile mi to pracovní povinnosti dovolí, ihned utíkám alespoň na pár dnů k moři, kde naberu nové síly a s chutí se vracím zpět do pracovního procesu.

STRAVOVÁNÍ JE VŽDY DISKUTOVANOU ZÁLEŽITOSTÍ – VÁZAT SE KVŮLI JÍDLU NA URČITÉ MÍSTO

A ČAS, TO NĚKOMU VYHOVUJE, JINÝ TO NESNÁŠÍ...

Stále oblíbenější je stravování all inclusive a pobytů s touto službou se v dnešní době prodává čím dál tím víc. Před deseti lety to byla služba dostupná jen málokomu, dnes je situace velmi odlišná a pobyty s all inclusive jsou cenově velmi příznivé.

SAMA JSTE PODNIKATELKA A MANAŽERKA V JEDNĚ OSOBE, MÁTE MALOU HOLČÍČKU, MANŽELA, KTERÝ TAKÉ PODNIKÁ... JAKÝ DRUH DOVOLENÉ BYSTE DOPORUČILA PRÁVĚ TAKOVÉ RODINĚ?

Osobně si vždy vybírám dovolenou právě s již zmíněnou službou all inclusive, neboť to vyhovuje celé naší rodině. Kromě snídaně, obědu a večeře jsou v ceně vždy zahrnuty nápoje po celý den, občerstvení a zpravidla také sportovní vyžití.

A JAKOU DOVOLENOU Z VAŠÍ NABÍDKY BYSTE DOPORUČILA MANAŽERKÁM A PODNIKATELKÁM, TEDY ŽENÁM, KTERÉ MAJÍ STRESU NAD HLAVU A TOUŽÍ SPÍŠE PO KLIDU, PĚKNÉM KOUPÁNÍ, ROMANTICKÉ VEČERNÍ PROCHÁZCE?

Pokud bych měla doporučit skutečně klidnou dovolenou, byl by to ostrov Djerba nebo egyptské letovisko El Gouna. Dovolenu spojenou s večerními procházkami po městě lze prožít buď na tuniské pevnině nebo na Kypru.

ptala se Eva Brixl



CÍTIT SE V PRÁCI DOBŘE

takové podmínky chci vytvořit našim zaměstnancům

PHARMDR. IVANA SCHMIDTOVÁ MÁ VE FARMACEUTICKÉ FIRMĚ MSD (MERCK SHARP & DOHME, INC.) ZA ÚKOL PEČOVAT O LIDSKÉ ZDROJE. V SEDMI POBOČKÁCH MSD ROZMÍSTĚNÝCH VE STŘEDNÍ EVROPĚ TEDY DOSTALA NA STAROST „RODINNÉ STŘÍBRO“, ABY NABÝVALO CO NEJVYŠŠÍHO LESKU. ZAMĚSTNANCI NEMAJÍ JEN PODÁVAT VYNIKAJÍCÍ PRACOVNÍ VÝSLEDKY, ALE FIRMA SOUČASNĚ USILUJE O TO, ABY SE ZÁROVEŇ CÍTILI ZDRAVÍ A SPOKOJENÍ.

ŘÍKÁ SE, ŽE LIDÉ JSOU TO NEJCENNĚJŠÍ, CO FIRMA MÁ. ALE TAKÉ, ŽE PRACOVAT S LIDMI JE TO NEJTĚŽŠÍ. JAKÁ JE VAŠE ZKUŠENOST?

Lidé jsou skutečně naším největším kapitálem, ale realita bývá taková, že ne vždy mají manažeři při běžné práci dostatek prostoru a času na své podřízené. Od toho je však oddělení lidských zdrojů, aby vedoucí pracovníky v efektivním řízení lidí podporovalo a vzdělávalo. V každodenní praxi by pak vedle obchodu měli mít na paměti, že výsledky přinášejí jejich podřízení.

VAŠE SPOLEČNOST MSD CHCE JÍT V TOMTO SMĚRU PŘÍKLADEM. SLOVA JAKO TÝMOVÁ SPOLUPRÁCE, POCTIVOST, ZNALOST, DOVEDNOST SI DALA DO ŠTÍTU. CO DĚLÁTE PRO TO, ABYSTE TYTO PROKLAMACE NAPLNILI?

Očekáváme, že každý zaměstnanec bude tyto hodnoty dodržovat. Přiblížit se k tomuto ideálu představuje dlouhodobou, mravenčí práci. Jsem hrdá, že pracuji pro firmu, která se o to usilovně snaží a už si svým etickým přístupem získala jméno. Obrazně řečeno, neznám firmu, která by měla jednu ruku etickou a druhou neetickou. Když se chováme eticky k zákazníkům, stejně tak přistupujeme k vnitřním zákazníkům, tedy k našim zaměstnancům.

Už při výběru hledáme takové spolupracovníky, kteří přirozeně inklinují k našim firemním hodnotám. Noví i stávající zaměstnanci jsou průběžně a opakovaně seznamováni s firemní kulturou a zásadami. Popovídat si o tom všem během školení však nestačí. Musíme našim lidem vytvářet podmínky, aby tyto hodnoty mohli rozvíjet a uplatňovat; úsilí o to se stalo součástí každodenní komunikace. A manažeři by se samozřejmě měli stát modelovými objekty a naše hodnoty demonstrovat svým chováním.

VAŠE KOMPETENCE SE V POSLEDNÍ DOBĚ ROZŠÍŘILY NA POLSKO, MAĎARSKO A POBALTSKÉ STÁTY. JAK SE VÁM PRÁCE ZMĚNILA?

Země, v nichž nyní řídím personalistiku, představují geograficky i kulturně zajímavý region, který je mi blízký. Už dříve jsem měla na starosti Českou a Slovenskou republiku, a získala tak zkušenost s koordinováním dvou zemí. Obě země sice k sobě měly vždy blízko, ale v řadě oblastí, včetně personálních, např. pokud jde o pracovní právo, legislativu, odměňování, trendy pracovního trhu a podobně, je třeba rozlišovat a pro každý stát se musí vytvářet specifické plány v rámci našich firemních systémů. Jsem ráda, že nyní mohu zúročit svou desetiletou personalistickou zkušenost a rozšířit ji o nové země. Beru to jako velkou příležitost zvládnout



PharmDr. Ivana Schmidtová

rozsáhlý region sedmi zemí s přibližně sedmi sty zaměstnanci a se sedmi různými lokálními systémy a přístupy, a to vše koordinovat v rámci dynamicky se rozvíjejících změn v naší korporaci. Nová pozice mi rovněž umožňuje přejít od operativy více ke strategickým úkolům, zastávat současně roli konzultanta a partnera managementu. Snažím se také předávat zkušenosti svým kolegům personalistům v lokálních zastoupeních firmy, pomáhat jim, podporovat je, aby každá pobočka fungovala v souladu s firemními požadavky. Osobně se zajímám i o otázky diverzity (nejen genderové, ale v nejširším slova smyslu) a o interkulturní specifika. To, jak firma zvládne otázky diverzity a kulturních rozdílů, se může stát její konkurenční výhodou (nebo naopak nevýhodou). V nynější éře

postupující globalizace a mobility uvnitř Evropské unie může rozhodovat o tom, nakolik bude úspěšná nebo neúspěšná.

HLAVNÍM ÚKOLEM I NÁSTROJEM SE PRO VÁS STALO KOMUNIKOVÁNÍ S PARTNERY UVNITŘ PODNIKU. JAK SE VÁM DOMLUVA DAŘÍ?

Je to běh na dlouhou trať. Znamená to nejen neustále a opakovaně vše vysvětlovat, aby zaměstnanci pochopili skutečný význam systémů a opatření, aby věděli, proč mají to či ono dělat. A mne to nutí zamýšlet se, jak komunikovat ještě efektivněji, jak co nejlépe využívat čas a zároveň se učím z vlastních chyb. Komunikace nabývá obrovského významu, protože nám chybí každodenní kontakt se spolupracovníky; moje práce má do značné míry distanční charakter, a mizí tak bezprostřední zpětná vazba z osobních setkání.

MSD VYVÍJÍ A VYRÁBÍ LÉČIVA PRO ZDRAVÍ LIDÍ. JAK VY MYSLÍTE NA ZDRAVÍ?

Máte na mysli, jestli vyznávám zdravý životní styl, umím se bránit stresu a mohu sloužit za vzor ostatním? No nevím, snažím se mít tyhle věci pod kontrolou, ale moje práce bývá často psychicky dosti náročná, takže se mi to daří se střídavými úspěchy. Vystudovala jsem farmacii a zdravotnictví mi určitě není vzdálené. Role personalisty se netýká až tak vlastního zdraví, ale spíše jde o vytváření zdravotně vhodných podmínek pro naše zaměstnance. Snažíme se, aby se lidé v práci cítili dobře. Nabádám je, aby si opravdu vzali alespoň dva týdny dovolené vcelku, aby po tu dobu nechali počítač v práci a vypnuli mobily. Manažerům doporučuji, aby nevolali svým podřízeným o víkendech a podobně. Firemní kultura ani úspěch nestojí na tom, kolik hodin kdo pracuje přes čas nebo v sobotu a neděli. A pokud sama pracuji dlouho do večera, pak ne proto, že mě někdo nutí, ale z pocitu, že je to potřeba.

připravil Pavel Kačer ☞

A kytky rostou, panečku!

Ty si prostě nedáš pokoj, řekla mi onehdy kamarádka. Pořád si přiděláváš práci, jako bys toho, co musíš už nyní stihnout, neměla málo... Co jsem mohla odpovědět? Že o tom je život? Že to je to pravé dobrodružství, drama? Dala jsem se totiž na zahrádkaření. To věčné okukování záhonů a číhání na první klíčky rostlinné říše? Ten, kdo tomu jednou propadl, se nevzdá. Kdo jednou přičichl nejen v přeneseném slova smyslu k zahradě, se už adrenalinu a barvených radostí nezbaví. Tulipány, narcisky, šeršky, růže, pivoňky... publikace, hnojiva, odborné prodejny, specialitky...

Však to znáte. V podvečer, až utichnou mobily, zmírní se agresivní tok emailů, a rodina je jakžtakž po večeri, vyhopsáte na zahradu, na své obdivované latifundie, a se zvědavostí a tlukoucím tričkem míříte tam, kde jste před čtrnácti dny zaselí... Pořád nic? Ale ano, jo, podívejte, už už tam něco vykukuje, snad to nebude další bodlák... A co jiřiny? Já vím, chtějí hodně vody, už už k nim míříte s hadicí... Mečíky, ty se, zdá se, mají k světu, dokonce i ti chudáci, co jste tuhle narychlo koupili ve výprodeji. Jestlipak to bude ta barva, co je na sáčku? Jiřinky, které vám dal soused, se ujaly báječně, škoda jen, že jste je letos nezaselí taky. Soutěž je soutěž... Meduňka, ta roste jako z vody, a šalvěj dělá samé divy. Libeček se dočista zbláznil, a heřmánek se chytil, radost pohledět.

A tak dlouze a bedlivě kontrolujete vše v domění, že objevíte další překvapení, že dobře vzešla máta a jablečník, a taky kopr, že s měsíčkem zahradním není vůbec žádný problém a že celkem slušně závodí s orlíčkem, kterého se vysemenilo tolik, že kvůli tomu uvažujete o zvláštním záhonu.

Také jahody mají nádherně nasazeno, kousek dál se pěkně daří hledíkům, a rajčata – s těmi asi taky nebude potíž. Oči vám jezdí sem a tam, pyšně rekapitulujete, kam jste co vlastně umístili, ne vždy jste postupovali jako špičkoví odborníci, do zaseté cibulky k řezu jste píchli sazenice růžičkové kapusty, nojo, když cibule ne a ne vyklíčit, už jste mysleli, že... No a pak jste si popletli ještě gazanie a cynie, ale to přeče nevaří... Vaše hnědá políčka začínají mrkat vítězným pohledem směrem k vašemu spravedlivému egu. No, zahrádkáři, nespěchej, uvidíš, za pár dnů to tady pokvete, že sousedí puknou závidí! Ale ne, to určitě ne...

Nedbáte toho a povzbuzování touhou spatřit více, než může nabídnout samotné nebe, sluníčko, déšť a půda, již laskáte motýčkou a hráběmi, obíháte své budoucí výsledky snažení další večer jako splášení znovu. Aniž to přiznáte, toužíte po tom, aby se úsilí i nadšení, s jakým den co den vstupujete na rodnou hroudu, měnilo v hmatatelné cosi, co vám zpříjemní život, dodá pohybové elegance, a především pozitivní energii k podnikatelským schůzkám a manažerským jednáním následujících čtyřadvacet hodin. Kytičky, bylinky, keře, sem tam okurka, pažitka nebo fazole – to je přesně to, co do díře sice nepatří, o to více však do srdce, které potřebujete rozdávat.

vaše Eva Brixí



MŮJ, ALE PRACOVNÍ ČAS

CO DĚLÁTE, KDYŽ ZJISTÍTE, ŽE VÍC SPĚCHAT UŽ NENÍ V LIDSKÝCH SILÁCH?

Petra Jungwirthová
tisková mluvčí Národní galerie
vedoucí tiskového a komunikačního oddělení

Snažím se čas předbíhat průběžně, takže z tohoto typu nastoleného tempa se postupem doby vytvořil sympatický standard, který bych přeložila motoristicky: 320km/ do zatáčky.

Můj pracovní den začíná před šestou hodinou a končí kolem 22. hodiny večerní.

Mám na starosti celé tiskové oddělení NG, tato práce však sama o sobě zdaleka nezahrnuje „pouze“ komunikaci s médií, ale např. sjednávání smluv, jednání s partnery, barterové možnosti spolupráce spojené s reklamou, organizování tiskových konferencí, VIP akcí a vernisáží pro – až 2000 lidí a celou řadu dalších a dalších aktivit, které tvoří určitý fungující celek. Tiskové oddělení je však velice kvalitně sebraná a pevná jednotka, takže skutečnost, že můžeme „předbíhat“ čas, je samozřejmě zásluha celého mého týmu.



OTÁZKA PRO ŠIKOVNÉHO MUŽE

CO VÁS NA PODNIKATELKÁCH A MANAŽERKÁCH FASCINUJE?

PhDr. Václav Brom
ředitel pro vnější vztahy
Mountfield, a.s.

Jak na které, že? Ale vážně. Ženy v manažerských pozicích, které jsem dosud potkal, většinou vynikaly jasností myslí, rychlostí vzhledu do problematiky a notnou dávkou šarmu, s nímž odzbrojovaly své mužské manažerské protějšky nebo v případech podnikatelek, konkurenty. Chce se skoro říct – fascinovaly tím, o čem si většina chlapů myslí, že ženy postrádají. Ale já potkávám stále ještě dost žen, které fascinují podobným způsobem, a přitom na manažerských pozicích bohužel nejsou... Proč asi?



Nová dobrota: losos Rio Mare

Rio Mare, špičková značka na trhu rybích delikates, přichází v těchto dnech s lahodnou novinkou – prvním konzervovaným filetem z lososa, který dosud na českém trhu nebyl k dispozici.

„Zákazníci si na pultech obchodů budou moci vybírat mezi třemi produkty: Filety z lososa v olivovém oleji, uzemyňmi filety v olivovém oleji a variantou lososa ve vlastní šťávě,“ uvedla Michaela Rudyková, brand manažerka společnosti Bolton Czechia, která na český trh značku dodává.

Lososové filety Rio Mare jsou podle Michaely Rudykové odpovědí na dva hlavní trendy současné výživy: Jíst zdravě, ale chutně a vařit snadno a z kvalitních surovin. Všechny tři varianty lososových filetů Rio Mare se prodávají v 150g balení za doporučenou maloobchodní cenu 109,90 Kč. Mimořádná zaváděcí doporučená maloobchodní cena 99,90 Kč bude platit v červnu a červenci.

(tz)



Tiráž: Prosperita Madam Business, vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 2, červen 2008

Vydává RIX, s. r. o., Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9, pod vedením PhDr. Evy Brixí-Šimkové, e-mail: brixiprosperita.info, mobil: 602 618 008; obchodní ředitel Martin Šimek, mobil: 606 615 609; zlom: Karel Švihel, korektury: Mgr. Pavla Rožníčková. ilustrační foto: Martin Šimek, Tisk: Moravská typografie, distribuce: 5P Agency, www.madambusiness.cz



V PRAŽSKÉ PAŘÍŽSKÉ PRO VÁS

DÍKY KLENOTNICTVÍ A HODINÁŘSTVÍ CAROLLINUM SE UŽ NĚKOLIK LET MŮŽEME TĚŠIT Z PŘÍTOMNOSTI SPOLEČNOSTI MONTBLANC NA ČESKÉM TRHU LUXUSNÍCH DOPLŇKŮ. PRÁVĚ TEĎ PŘÍCHÁZÍ CHVÍLE, KDY SE NABÍDKA ZBOŽÍ ROZŠÍŘUJE.

Boutique Montblanc byl otevřen v květnu roku 1997 v pražském Obecním domě u Prašné brány. V té době to byl 47. obchod, dnes již existuje přes 300 obchodů. V nabízeném sortimentu byly psací pera, hodinky, kožené zboží, brýle a další doplňky. Součástí prodejny byla i servisní dílna, která prováděla opravy a úpravy zakoupených výrobků.

Nedávno se ale celý boutique stěhoval do Pařížské ulice, která patří k nejlepším pražským adresám a znamená další rozvoj prodeje a zaměření na vyšší segment trhu. V nové prodejně se objeví více zboží zaměřeného na ženy: diamantové a zlaté šperky z kolekcí, které Montblanc začal vyrábět při příležitosti předloňského stého výročí vzniku. Společnost se v posledních letech orientuje na ženy daleko více než kdy dříve. Sortiment, který byl původně zaměřen téměř výhradně na mužskou část populace, se rozšiřuje, obohacuje a ukazuje, že výrobky s bílou hvězdičkou jsou atraktivní i pro něžnější část světa.

V novém butiku Montblanc v Pařížské ulici budou v prodeji šperky z řady diamantových šperků La Dame

Společnost Montblanc vznikla v roce 1906, kdy se obchodník s psacími potřebami Claus-Johannes Voss, bankéř Alfred Nehemias a inženýr August Eberstein v hamburské dílně rozhodli vyrábět nejnovější výkřik techniky – plnicí pera. Tehdy ještě nikdo nemohl tušit, že o sto let později bude tato značka ojedinělý fenomén ve světě psacích potřeb a že se stane ztělesněním kvality, stylu a prestiže.

Zakladatelé svou firmu nepojmenovali Montblanc náhodou – jméno nejvyšší evropské hory mělo už od počátku symbolizovat nejvyšší kvalitu a řemeslné zpracování výrobků. Identifikace s alpským velikanem byla podtržena

Blanche, Montblanc 4810 a Magie en Blanc et Noir. Jak napovídá název, první kolekce se nese ve znamení bílé. Náhrdelníky, prsteny a náušnice z této jedinečné luxusní řady kombinující bílé diamanty, černý nefrit a 18karátové bílé zlato zazáří na každé ženě.

Společnost Montblanc oslavila své sté narozeniny tím, že svůj symbol – hvězdičku, nechala zvětšit v diamantu Montblanc. Po dlouhých osmi letech vývoje byl představen složitý patentovaný diamantový výbrus, který zachycuje proslulé logo značky ve třiačtyřiceti fasetách diamantu Montblanc. Stálo mnoho úsilí a pečlivého plánování, než byly optimalizovány jednotlivé plošky diamantu a dosaženo maximálního lesku a lomu světla. Výjimečnost diamantu vychází ze čtyř kritérií známých jako 4 C: carat, clarity, colour, cut, tedy váha, čistota, barva a brus. Zatímco první tři kritéria určuje sama příroda, poslední, brus, závisí na dovednosti brusiče diamantů. Pouze když jsou fasety a jejich vzájemné úhly v dokonalém souladu, odráží kámen maximum dopadajícího světla. Vývoj mimořádně komplikovaného výbrusu Montblanc, který si firma nechala patentovat, je světovým unikátem svého druhu. Montblanc je první značka na světě, která vlastní diamantový výbrus odvozený od svého loga. Ke stému výročí založení tak Montblanc přinesl zářivou světovou novinku.

Boutique Montblanc

od března na nové adrese:

Pařížská 9

110 00 Praha 1

oficiální stránka Montblanc:

www.montblanc.com

umístěním bílé hvězdičky, symbolizující zasněžený vrcholek hory, do znaku společnosti.

V roce 1924 přišel další milník – právě tehdy byla zavedena do výroby legendární řada plnicích per nazvaná příznačně „Mistrovský kus“ – Meisterstück. Před nedávnem k ní přibyla nová kolekce nazvaná Bohème, orientovaná více na dámskou klientelu a méně konzervativní uživatele. Dnes produkce firmy obsahuje nejen kvalitní psací potřeby, ale také výrobky z kůže, od roku 1997 vlastní kolekci hodinek, pánské a dámské šperky, parfémy i sluneční brýle.

oficiální stránka společnosti Carollinum s. r. o.:

www.carollinum.cz

CESTA K POCHOPENÍ

společenská odpovědnost firem

VE ČTVRTEK 6. BŘEZNA 2008 BYLA PŘIJATA ČSOB SPOLU S DALŠÍMI DVĚMA SPOLEČNOSTMI DO KLUBU FIREMNÍCH DÁRCŮ DONÁTOR. ČLENSTVÍ V TOMTO KLUBU JE URČENO PODNIKŮM, KTERÉ SYSTEMATICKY A TRANSPARENTNĚ PODPORUJÍ VEŘEJNĚ PROSPĚŠNÉ PROJEKTY A HLÁSÍ SE K PRINCIPŮM SPOLEČENSKÉ ODPOVĚDNOSTI FIREM. PRO ČSOB JE VSTUP NAPLNĚNÍM DALŠÍHO DŮLEŽITÉHO BODU JEJÍ STRATEGIE SPOLEČENSKÉ ODPOVĚDNOSTI.

„Klub Donátor je prestižní sdružení firem a jsme velmi rádi, že nám byla nabídnuta možnost do něj vstoupit – domníváme se, že náš vstup bude přínosný jak pro nás, tak také především pro klub samotný. Vzhledem k tomu, že společenská odpovědnost je v Česku koncept stále poměrně nový, je velmi důležité, aby společnosti sdílely svoje „best practices“ a mohly těžit i ze zkušeností ostatních firem,“ vysvětlil tehdy Ondřej Škorpil, ředitel Kanceláře generálního ředitele ČSOB, do jehož gesce společenská odpovědnost spadá. „Oblast CSR je jedinečná v tom, že se v ní z konkurentů stávají partneři díky tomu, že všichni mají na mysli společný cíl – tím je zdravý vývoj společnosti, tedy pomoc tam, kde je třeba, a maximálně efektivní využívání prostředků,“ doplnil Ondřej Škorpil. CSR manažerkou ČSOB je Michaela Vlasáková-Baruníková. Představujeme ji v následujícím rozhovoru:

JAK DLOUHO ZASTÁVÁTE POZICI MANAŽERKY CSR AKTIVIT?

Více než rok – od vzniku pozice.

A PROČ PRÁVĚ VY JSTE BYLA ZVOLENA NA TOTO MÍSTO?

Jen na vysvětlenou – CSR manažerka nepatří mezi vrcholové pozice, tyto zastávají především bussinesmani – manažeři, kteří svoji práci přímo ovlivňují zisk. CSR jsem se věnovala ještě v rámci externí komunikace, moje zvolení bylo celkem přirozené – věděla jsem o této oblasti poměrně dost a lidi kolem mě vložili svoji důvěru v mé schopnosti a předpoklady práci zvládnout.

BYT NA TĚTO PŘÍČCE VE SPOLEČNOSTI ČSOB, TO JE PRESTIŽNÍ, SVÝM ZPŮSOBEM NEOPAKOVATELNÉ. ČSOB BODUJE V MNOHA AKTIVITÁCH, STÁLE SE O NÍ MLUVÍ, JAK TO VNÍMÁTE?

CSR je práce jako každá jiná. Na rozdíl od některých jiných pozic ale nevidíte svoje výsledky hned, ale až časem. Plyne to z podstaty CSR – jeho dopadu na reputaci společnosti či loajality zaměstnanců. Je pak trochu těžší vyhodnocovat svoji výkonnost.

ZASTÁVÁTE NÁZOR, ŽE PERFEKTNÍ PRÁCE A VYSOKÁ MÍRA ZODPOVĚDNOSTI SE MUSÍ UMĚT OCENIT?

Určitě. Je ovšem poměrně těžké tyto vlastnosti správně sledovat a porovnat.



Michaela Vlasáková-Baruníková, manažerka společenské odpovědnosti ČSOB, a. s.

JAKÉ VLASTNOSTI A DOVEDNOSTI MUSÍ MÍT ČLOVĚK, KTERÝ SE VE FIRMĚ VĚNUJE CSR AKTIVITÁM?

Měl by být komunikativní a trochu extrovertní. Měl by být přátelský a měl by umět navazovat nefalšované kontakty. Také ale musí být přesvědčivý, aby mohl své firmě dokázat, že to, co dělá, jí přináší benefity.

UMÍTE HOSPODAŘIT S PRACOVNÍM ČASEM NEBO MÁTE POCIT, ŽE JE TOHO NĚKDY AŽ PŘÍLIŠ? STÍHÁTE JEŠTĚ NĚJAKÉ ZÁLIBY?

Neumím s časem hospodařit tak, jak bych si přála. Na každé pozici, kde máte jistou zodpovědnost, musíte vědět, kdy přestat a věnovat se sobě, rodině a známým. Záliby ale ještě stíhám. Je to o postavení priorit, moje soukromí je důležité, přinejmenším tak, jako práce, když to jinak nejde, práce musí bokem.

ŽENY, KARIÉRA, DOMÁCNOST? JAK VIDÍTE TOTO SPOJENÍ?

Záleží na firmě, ve které pracujete, a na tom, jak to máte nastavené v rodině. Toto spojení lze vyvážit, pokud se nic nepřehání, pokud od sebe neočekáváte přespříliš a pokud vás okolí nenutí do věcí, do kterých už nechcete jít. Někdy je potřeba si přiznat – toto musím obětovat na úkor něčeho jiného... Nejsem zastáncem toho, aby na obětní oltář byla vždy položena rodina a soukromí.

VZPOMENETE SI, JAKOU NEJTĚŽŠÍ OTÁZKU JSTE KDY DOSTALA? NEBO POLOŽILA SAMA SOBĚ?

Není nejtěžší otázka. Rozhodnutí děláte často, nelze říci, která jsou nejkomplicovanější. Nikdy jsem nestála před pravou Sofiinou volbou a doufám, že před ničím podobným stát ▶



FINDUS JE ČAS Z MRAZÁKU

BAVÍ VÁS ZKOUŠET JÍDLA Z NEJRŮZNĚJŠÍCH KOUTŮ SVĚTA? A UŽ JSTE SI DALI TŘEBA PAELLU? TENHLE POKRM PŘIPOMÍNÁJÍCÍ RIZOTO POCHÁZÍ ZE ŠPANĚLSKÉ VALENCIE. PŘIPRAVUJE SE Z VOŇAVÉ KURKUMOVÉ RÝŽE, MASA, MOŘSKÝCH PLODŮ A ZELENINY A OCENÍTE HO OBZVLÁŠTĚ NA JAŘE NEBO V LÉTĚ, PROTOŽE SI NA NĚM MŮŽETE POCHUTNAT NAPŘÍKLAD NA PIKNIKU. NEJVĚTŠÍ PAELLA BYLA MIMOCHODEM VYTVOŘENA PŘÁVĚ VE VALENCII, KDY S NÍ JISTÝ JUAN CARLOS GALBIS A JEHO POMOCNÍCI DOKÁZALI NAKRMIT 100 000 LIDÍ (NA DÉLKU TOTIŽ SMĚS MĚŘILA 20 METRŮ!).

Nebo oceníte větší exotiku? Pak můžete zabrousit do severo-africké kuchyně a povečeřet tajemný kuskus. První písemná zmínka o této pochoutce pochází už ze 13. století! Vyrábí se z pšenice, zpracovává se do drobných kuliček a nejvíc si ho oblíbili obyvatelé Maroka. Servíruje se většinou s dušenou zeleninou nebo masem, ale gurmáni si ho často dopřávají i samotný.

Dáváte přednost osvědčenější italské kuchyni? Potom určitě milujete gnocchi, lehké noky podávané například s pestem a rajskou omáčkou. Italové je vyrábějí z brambor, pšenice, hrubé pšeničné mouky nebo strouhanky, ostatní státy preferují většinou jen brambory. V Brazílii, Argentíně nebo Venezuele jsou gnocchi pravidelně podávány každý měsíc

vždy devětadvacátého. Ptáte se proč? Zbývá totiž den do výplaty a tenhle pokrm nestojí moc peněz a dobře zasytí.

Češi si zvykají na stále vyšší životní úroveň a podle výzkumů už se nespokojí s namazaných chlebem místo večere. Co ale dělat, když se z práce nedostanete dřív než v šest hodin, vaření nepatří zrovna mezi vaše oblíbené volnočasové aktivity a zároveň se vám nechce vyrazet ven za jídlem?

Chytré a jednoduché řešení představují hotová mražená jídla. Jedničkou na českém trhu v tomto oboru je značka Findus, která v současné době nabízí pět vysoce kvalitních mražených jídel, ke kterým v červenci přibude šesté – Chicken Risotto – kuřecí rizoto s křupavou zeleninou, lehce ochucené kari kořením. (tz)

- ▶ nebudu muset. Pokud jde o práci kontra soukromí, těžší otázky řeším v soukromí než v pracovním životě, je pro mě důležitější.

ZAŽILA JSTE OSOBNĚ NĚJAKOU SVÍZELNOU SITUACI, DO NÍŽ JSTE SE DOSTALA NE VLASTNÍ VINOU, A BYLA POSLÉZE VDĚČNÁ ZA KAŽDOU, TŘEBA JEN DROBNOU POMOC?

Asi ano. Ale moje paměť je selektivní, uchovává jen to dobré, proto nic konkrétního napsat nemohu.



Paní M. Vlasáková-Baruníková společně se Zuzanou Bartošovou z Fóra Dárců na tiskové konferenci Programu na podporu regionů

CO SE VÁM V POSLEDNÍ DOBĚ NEJVÍCE Povedlo? CO CHYSTÁTE?

Jsem velice ráda, že si s manželem i přes pracovní vytížení plníme velké sny, jedním z dalších je cesta do Himálajů.

A JAKOU ZKUŠENOSTÍ Z VAŠÍ PRACOVNÍ POZICE JSTE OBOHATILA SVÉ MANAŽERSKÉ DOVEDNOSTI?

Naučila jsem se rozumět lidem, kteří mají opačný názor než já.

ČÍM SI POMÁHÁTE K DOSTATKU ENERGIE DO DALŠÍHO DNE?

Spánkem. Co nejdelším a nerušeným.

NA KTERÉ PROJEKTY JSTE OPRAVDU HRDÁ?

Jedním z nejvýznamnějších projektů je Fond vzdělání Výboru dobré vůle – Nadace Olgy Havlové, který podporujeme formou stipendií. Spolupráce s Výborem dobré vůle je založena na dlouhodobé zkušenosti a součinnosti. Výbor je řízen kvalifikovanými lidmi, kterým opravdu věříme, a víme, že svoji práci odvedou dobře. Naším cílem je investovat do vzdělání pro ty, kteří na vzdělání nedosáhnou, například z důvodu sociálního či zdravotního. Fond vzdělání Výboru dobré vůle je pro tento účel ušit přesně na míru, a proto ČSOB stála nejen u jeho zrodu, ale zajišťuje jeho aktivity i dnes.

Významný je také program podpory regionů – malá, lokální pomoc, o které rozhodujeme především se zástupci kraje. Teď připravujeme široký program podpory dobrovolnictví, a na to se těším ze všeho nejvíce.

připraveno ve spolupráci s agenturou Botticelli

RODINNÁ FIRMA

oči manažerky prodeje

KDYŽ JSME SE NA SAMÉM OKRAJI OLOMOUCKÉHO KRAJE PTALI, JAK SE PŘES RŮZNÉ OBJÍŽDKY KVŮLI REKONSTRUKCI SILNICE DOSTAT DO SÍDLA RODINNÉ FIRMY VÁHALA A SPOL. V HUSTOPEČÍCH NAD BEČVOU, VĚDĚLI SI RADY JAK ŘIDIČ MÍSTNÍ AUTOBUSOVÉ LINKY, TAK NÁHODNÝ FEŠÁK NA MOTORCE: „JEĎTE DO ZÁKAZU, A KDYBY BYL PROBLÉM, ŘEKNĚTE, ŽE JEDETE K VÁHALŮM!“ BYLO MI Z TOHO JASNÉ, JAK SI VÁHALA STOJÍ U MÍSTNÍCH. PROSTĚ – NĚCO ZNAMENÁ. A NEJEN V SAMOTNÝCH HUSTOPEČÍCH. ČESKÉMU TRHU LAHODÍ TOTO JMÉNO MNOHA ŽÁDOUCÍMI PŘÍVLASTKY, KTERÉ SE TĚŽKO DAJÍ SHRNOU POD JEDEN JEDINÝ.

Kdo má rád dobré masné a lahůdkářské výrobky, nemluvě o labužnících, určitě tuto firmu zná. Je na českém trhu nejen symbolem kvality. Váhalova slanina, Originál Váhalova šunka, Váhalova paštika a spousta dalších dobrot. Rádi je jíme. Existuje snad lepší pochvala?

Jak taková rodinná firma funguje? A jak takovou společnost, která je spojována s rodem mužským, vidí oči manažerky prodeje? Na to jsme se ptali Aleny Koppové. Je ozdobou top managementu, ale není rodinnou příslušnicí.

V předstihu a vždy dobří

Lákavá byla představa poslouchat, proč změnila své působíště a po mnoha letech práce v předchozí společnosti dala své know-how právě této rodinné firmě.

Je snad nejteplejší červnový den. Myšlenky mám trochu neutříděné a v podvědomí obavy, abych nemusela navštívit výrobní provoz v bílém plášti a ochranné čapce na hlavě. Alena Koppová to možná svým vytríbeným šestým smyslem poznala. Jako by věděla, že vzpomínky z dětství na porážku dědečkova čuníka, kterému se nikdy nechtělo ze světa vezdejšího a zabydleného chlívků, patří k mým smutným.

Proto nás rovnou usazuje do klimatizované zasedačky a hned vypráví: „Základy položil v roce 1933 Robert Váhalo senior v obci Hustopeče nad Bečvou. Novodobá historie společnosti Váhalo a spol. se však začala psát

v roce 1991, kdy byla původní výroba po znárodnění z roku 1950 navrátila na prvnímu majiteli, kterému bylo v té době již 81 let. Byl to excelentní řezník. Vždy dbal na vysokou kvalitu svých výrobků.

K tomu vedl i své potomky. Dal podnět ke vzniku



Alena Koppová

ku dnešní s.r.o. a také k tomu, aby se postavil tento nový areál s vynikajícími technologiemi. Otevřen byl v červnu 1998 a již tehdy splňoval přísné požadavky Evropské unie. Pro starého pána, který v té době ještě žil, to byla obrovská satisfakce. A protože poptávka po kvalitních, chuťově i vzhledově ojedinělých a odlišených specialitách je stále vyšší, přistavily se v letech 2002 a 2006 další moderní výrobní prostory s nadčasovými technologiemi zpracování masa.“

Proč jsem si ji vybrala

Alena Koppová je u této firmy šestým rokem. Jak to všechno bylo? Vzpomíná, jak nastoupila. „U Váhalů jsem začala v březnu 2003 jako manažerka prodeje zastupující ředitele prodeje a marketingu, kterým je Ing. Ladislav Denk – společník firmy. Předtím jsem působila dlouhých 21 let v oboru u nedaleké firmy, která vyrábí masné výrobky a produkuje maso. Za tu dobu jsem postupně pracovala na několika útvarech, od laborantky, vedoucí oddělení jakosti, vedoucí MTZ až po obchodní náměstkyni s krátkým odskokem na pozici ředitele nákupu.

Moje rozhodnutí odejít k Váhalům v roce 2003 bylo rychlé. Odehrálo se jednoho lednového dne zmíněného roku, kdy jsem se u Váhalů zastavila na kávu při návratu z obchodních cest. Seděli jsme v družném hovoru s Robertem Váhalou a Ladislavem Denkem. Pan Váhalo přede mne položil přihlášku do firmy. Nejdříve jsem to vzala žertem. ▶

► Ale po krátké debatě jsme to začali brát vážně. Váhalova firma chtěla totiž budovat nové trhy a to byla pro mě velká výzva. Vyjasnili jsme si oboustranné představy o spolupráci – co od sebe očekáváme navzájem. Sejtj jsme se měli další den ve 12.00. Robert Váhala a Ladislav Denk slíbili, že projednají s ostatními společníky, zda souhlasí s mým vstupem do TOP managementu. Ten je zde totiž tvořen výhradně rodinnými příslušníky. A já jsem se měla do druhého dne rozhodnout, zda skutečně chci pro firmu Váhala a spol. pracovat. Po dvou měsících začala moje další profesní dráha...“



Jací vlastně jsou

Firma Váhala a spol. je čistě rodinná. V současné době ji vlastní sedm osob, z toho čtyři děti původního majitele, dva vnukové a zeť jednoho z jednatelů. Kromě dvou společníků, kteří si již užívají zaslouženého důchodu, jsou všichni ostatní aktivně zapojeni. Firma má dva jednatele. Na otázku, jací jsou to lidé, Alena Koppová s úsměvem odpovídá: „Pan Robert Váhala /nese křesní jméno svého otce – zakladatele/ je takový náš ministr financí a ministr pro strategický rozvoj. Vlastislav Váhala „je duší výroby“ a spolu s mistry, kteří ve většině také patří k rodině, dbají na to, aby bylo na sto druhů našich výrobků vždy pro konzumenty gurmánským zážitkem.“

Firma si hledí všeho, co souvisí s její pověstí, jménem, i tím, jak se cítí její zaměstnanci. Když jsme před vchodem před pár dny zaparkovali, bylo jasné, s jakou společností budeme mít co do činění. Je to firma, kde slova a činy patří k sobě jako dvě strany jedné mince. A kde je čínorodost na pomyslné špici životní filozofie. Náklonnost k zeleni, keřům a kytičkám, patrná okamžitě, a oku lahodící, můj názor umocnila. A uvnitř? Čistota nade vše. Vztah k hodnotám. K sobě navzájem. Potravinářský provoz. Všechno se blýská. Vážně. A náramně to tady voní.

„Kvalita především! Tedy i životního a pracovního prostředí. Dvojnásob to platí pro samotnou výrobu. To je odkaz zakladatele, který ctíme. V dnešní době, kdy se snaží někteří zlevňovat své produkty různými způsoby, u nás nic takového není,“ opakuje několikrát Alena Koppová.

„Vyrábíme z kvalitního čerstvého masa bez náhražek, jako jsou separáty, mouka apod. Proto také jsou bezmála všechny výrobky určeny pro bezpečnou dietu. Ostatně – máme patnáct výrobků se značkou Klasa, vlastníme

několik ocenění Zlatá Salima a také jedno velmi prestižní – Zlatý Sial z Paříže. O tom, že je naše cesta správná, svědčí i fakt, že každým rokem posilujeme pozice na trhu.

Po mém příchodu do firmy před 5 lety jsme uzavřeli smlouvy např. s Aholdem, COOP Morava a COOP Centrem a dalšími. Od té doby přibýlo mnoho dalších možností, kam v České republice dodávat.

S naším sortimentem se setkáte také v zahraničí. Vyvážíme čím dál

více na Slovensko, do Německa, Rakouska a na maďarský trh. V roce 2007 jsme prodali přes šest

tisíc tun výrobků v celkové hodnotě přesahující 600 milionů korun.

V současných dnech slavíme 75 let od založení firmy a jsme přesvědčeni, že takových důvodů k oslavám nás v budoucnu čeká ještě mnoho,“ podotkla optimisticky Alena Koppová.



Osobnosti v kolektivu

„Chceme se popasovat s konkurencí,“ přidal se po chvíli povídání Ing. Ladislav Denk. Muž, na němž je vidět, jak ho těší život a jak má rád, když něco klope. Řekla bych,



► že harmonie všeho je mu vlastní, na první pohled člověk nabitý energií a pohodář. Jak to jde dohromady, to věru nevím. „Do budoucna bychom rádi usilovali o to, aby se jméno Váhala a spol. objevilo i v dalších státech, nejen v těch výše jmenovaných. Jsme ambiciózní, proč ne. To, že máme kvalitní výrobky, že stavíme na inovaci, to je fakt. Tyto přednosti se snažíme zúročit a nabídnout dál.“

„Vidíte, že se tady vzájemně doplňujeme, a tak to má být. Jedině dobře sehraný kolektiv složený z individualit, které spolupracují a naslouchají sobě navzájem, má šanci dobře uspět v dnešním velmi silném konkurenčním prostředí,“ uvažuje dál Alena Koppová. Však právě ona během našeho rozhovoru „kopala“ za podnik, nikoli sama za sebe. „Aby byla firma úspěšná, musí být úspěšný každý její zaměstnanec. K tomu je potřeba, aby pracoval s maximálním nasazením. I já jsem se vždycky snažila vše dělat tak a jednat tak, jako by ta firma patřila mně,“ dodává bez rozpaků. Bít se za tým je jí vlastní, řekla bych.

Jestli jsou uzeniny zdravé...

Obchod a marketing – dobrá sestava vedle sebe. Nedalo mi to a ptám se: Jak nahlížíte na názory lékařské obce, že uzeniny do našeho jídelníčku příliš nepatří? Co fanatici zdravé výživy? Tuto otázku jsem si prostě nemohla odpustit. Zejména, když jsem si vzpomněla na jednoho generálního ředitele, který mi nedávno potě, co jsem ho provokovala nestydatými slovíčky o ovoci a zelenině, řekl: Mám rád zeleninu, to ano, ale mohu-li si vybrat mezi salátem a párkem, vždycky si dám párek... No, a jak to je u Váhalů? „Je to velmi jednoduché – všeho s mírou. Nemusíte sníst denně dvě kila salámu stejně tak jako pět bochníků chleba a deset jogurtů. Jsme zastánci pestré stravy



i toho, že se člověk má hýbat, tedy že se nemusí přejídat. Nadbytku energie se máte zbavit pohybem. Stejně jako v podnikání je to o zodpovědnosti a zdravém rozumu,“ řekl jasně Ladislav Denk. „Já mám rád třeba sladké. Ale neznamená to, že bych byl denně v cukrárně. „A já zase na sladké nejsem,“ vypověděla Alena Koppová. „Já mám nejraději maso a výrobky z něj – ty naše. Ochutnávám je prakticky denně. A jaká jsem – tloustnu? Ne, netloustnu a taky se necítím nezdravě.“ Je chodící reklama na uzenářské produkty – štíhlá nyní stejně jako v sedmnácti.

Váhalův slogan „Dáváme chuti tvar“ je úžasný. Ladislav Denk obhajuje svůj názor: „Víte, přejeme si, aby i v obyčejný den byla konzumace našich uzenin pro spotřebitele malý gurmánský zážitek. Také jsme se přesvědčili, že selským rozumem člověk přijde zpravidla po čase na to, že zdravá výživa není jen ovesné vločky k snídani, suché brambory k obědu a zeleninový salát k večeři. Je třeba mít skutečně vyváženou stravu, k níž patří i maso a kvalitní masné, případně lahůdkářské výrobky. A takové my vyrábíme.“

Rozhodla se správně

Moje zápisky se blíží ke konci. Blok se kroutí energií, kterou do něj nevědomky Alena Koppová přenáší. Je toho hodně, o čem by se dalo ještě mluvit. Vidím, jak se nenápadně podívala několikrát za sebou na hodinky. Chápu, čas je i pro ni manažerská veličina.

Ptám se tedy ještě na jedno: Používáte v obchodě intuici? „Jistě, uplatnila jsem ji v době rozhodování, zda pracovat pro firmu Váhalu a spol. a používám ji v obchodování celý život. Až na malé výjimky mě nezklamala.

V případě firmy, s níž jsem nyní spojila svůj profesní život, to platí beze zbytku. Moje rozhodnutí tehdy před 5 lety bylo správné.“

Eva Brixí

Beata Rajská přivítala v TOP HOTELU Praha léto

Úchvatné modely Beaty Rajské, podmanivé šansony Chantal Poullain a vždy šarmantní Jan Čenský. Taková byla květinová party, kterou společnost TOP HOTELS GROUP a.s. a TOP TRAVEL Agency za účasti stovek svých klientů, partnerů a přátel přivítaly novou sezónou v květnu v TOP HOTELU Praha. Večer se nesl ve znamení dokončené kompletní rekonstrukce, kterou TOP HOTEL Praha prošel. Moderátor večera Jan Čenský a generální ředitelka TOP HOTELS GROUP a.s. Marta Šnoblová seznámili přítomné hosty s novinkami, které společnost pro klienty v nové sezóně připravila. Mimo jiné například nabídku nočních svatebních obřadů či shiatsu masáží. Velkému zájmu se těší i nedávno založený Dámský klub, který by se měl stát nejen příležitostí pro pravidelné setkávání; členkám bude přinášet i řadu zajímavých výhod. Zlatým hřebem večera byla módní přehlídka Beaty Rajské, která zde představila kolekci LÉTO 2008. Styl šatů naznačoval aktuální trendy módní sezóny – 50., 70. a 80. léta. Ostrá barevnost či potisky květů, to jsou skutečně zásadní detaily, které propracováním, střihy i závěrečným stylingem podtrhují ženskost. Modely doplněné velkými klobouky a šátky uvázanými kolem vlasových uzlů vyvolaly atmosféru žhnoucího léta. Klobouky si ostatně mohly v průběhu večera vyzkoušet i přítomné dámy. „Věříme, že stejně jako příjemně strávený večer s letním

nádechem potěší naše klienty v nadcházející letní sezóně i novinky v našich službách. A připravujeme další! Již nyní mohu například slíbit, že v budoucnu se mají na co těšit příznivci golfu či zájemci o luxusní střešní apartmány.“ Prozaradila něco z plánů generální ředitelka TOP HOTELS GROUP a.s. Marta Šnoblová a oficiálně zahájila novou sezónu symbolickým rozkrojením dortu ve tvaru obří slunečnice, který, stejně jako bohatý raut, připravili již tolika medailemi ověření kuchařští mistři TOP HOTELU Praha. (tz)



O ZNAČCE, KTERÁ PATŘÍ K ČESKÉMU ZÁKAZNÍKOVÍ KRÁSNÉ DESÍTKY LET, TOTIŽ O INDULONĚ, JSME JIŽ PSALI. MÁLOKDO ALE VÍ, JAK VZNIKL JEJÍ NÁZEV – BYLO TO OD SLOVA INDUSTRIALIZACE. VYROBENA BYLA POPRVÉ PŘED ŠEDESÁTI LETY VE SLOVENSKÉM HLOHOVCI. JE DODNES NEJÚSPĚŠNĚJŠÍ KRÉM URČENÝ K OCHRANĚ A PÉČI O POKOŽKU RUKOU NA ČESKÉM A SLOVENSKÉM TRHU. JEN V OBDOBÍ OD LEDNA DO BŘEZNA LETOŠNÍHO ROKU BYLO NA ČESKÉM A SLOVENSKÉM TRHU PRODÁNO 2,6 MILIONU BALENÍ INDULONY A DO KONCE ROKU SE OČEKÁVÁ PRODEJ VÍCE NEŽ 10,5 MILIONU BALENÍ. INDULONA TAK I PO ŠEDESÁTI LETECH ZŮSTÁVÁ SILNOU TRADIČNÍ ZNAČKOU, KTERÁ SI SVÉ POSTAVENÍ UDRŽELA I PŘES EKONOMICKÉ ZMĚNY SPOJENÉ S OTEVŘENÍM TRHU ZAHRANIČNÍ KONKURENCI I PROMĚNAOU V ŽIVOTNÍM STYLU LIDÍ V POSLEDNÍCH LETECH. PŮVODNĚ LÉČIVÁ MAST URČENÁ K PREVENCI A LÉČBĚ KOŽNÍCH ONEMOCNĚNÍ Z POVOLÁNÍ JE DNES SOUČÁSTÍ TĚMĚŘ KAŽDÉ DOMÁCNOSTI A JEJÍ NOVĚJŠÍ ŘADY ZAJIŠTŮJÍ POKOŽCE RUKOU KROMĚ OCHRANNÉ FUNKCE TAKÉ ÚČINNOU PÉČI BĚHEM CELÉHO DNE.

INDULONĚ JE ŠEDESÁT

Jako všechno bylo? Dějiny krému začaly 21. května 1948 ve slovenském Hlohovci. Za šedesát let se zde vyrobilo 392 134 000 balení Indulony.

Všechny krémy řady Indulona se připravují z farmaceutických substancí v plně automatizovaných moderních výrobních provozech za přísných hygienických podmínek, které odpovídají správné výrobní praxi a splňují nejpřísnější pravidla platná pro členskou zemi EU. Indulona je úspěšný „československý“ krém, který není populární jen v České republice a na Slovensku. Indulona byla a je úspěšně exportována do řady zemí střední a východní Evropy, ale i do exotických, například do Thajska.

Dlouhá a úspěšná historie Indulony se začala psát po druhé světové válce, kdy se dermatologové poprvé začínají zajímat o léčbu profesionálních dermatóz pracovníků ve vybraných průmyslových odvětvích a zemědělství. Právě v tomto období se objevují první odborné práce o těchto dermatózách, zaměřené na diagnostiku, klinickou část, terapii i prevenci. Zatímco dříve se masti připravovaly cestou magistra liter, tedy přímo v lékárnách, začaly v tomto období některé státy, mezi nimi i Československo, s jejich velkovýrobou.

První mast nesla od začátku jméno Indulona a vyráběla se v několika různých podobách – univerzální Indulona A,D,E,F,T,U, N/034, A/64, Indulona SIL, Indulona EX, Indulona DEZ, Indulona DEZ/87, Indulona Antisol, Indulona UV 16 a další.

V roce 1958 začala výroba Indulony univerzální, modré (A 64), která je svojí jedinečnou původní recepturou nezastupitelná v léčení různých kožních onemocnění a jako nedráždivý krém je vyhledávána alergiky. Ve stejné receptuře se vyrábí i dnes. Výroba jede od roku 1958, velkosériová výroba pak od roku 1964. Ve stejném roce se začal v Hlohovci vyrábět Aviril baby, předchůdce dnešní Indulona Baby.

Za padesát let u tohoto přípravku došlo ke změně složení, nikoliv však zásadní (nové typy surovin).

Ze zaměření Indulony do oblasti prevence a léčby dermatóz z povolání také vyplývá fakt, že až do roku 1974 byla tato mast sledována jako součást farmakoterapeutických zpráv, stejně jako ostatní lékové formy. Teprve později byla zařazena do skupiny kosmetických přípravků.

Svůj podíl na úspěchu Indulony má i světově uznávaný dermatolog Prof. MUDr. Eugen Hegyi, DrSc, který stál u zrodu Indulony a vedl její klinické testování. I díky jeho přispění se podařilo připravit řadu specifických receptur pro každý vyráběný druh Indulony a zajistit, že za dobu její výroby nebyly nikdy zaznamenány vedlejší účinky spojené s jejím používáním. Autory původní receptury jsou Prof. MUDr. Gustav Lejhanec, DrSc., dermatolog a přednosta kožní kliniky v Olomouci a



Prof. MUDr. Jan Roubal, DrSc, dermatolog působící ve Zlíně a v Praze na lékařské fakultě.

V roce 1979 rozšířila skupinu vyráběných mastí Indulona DEZ - dezinfekční. Ta obsahuje dezinfekční složku, která zabraňuje mikrobiální kontaminaci vytvořením ochranného filmu na pokožce a chrání pokožku před bakteriální a plísňovou infekcí spojenou například s odřeninami či prasklinami pokožky.

V devadesátých letech (1992) výrobce úspěšně pokračoval v tzv. Fyto-projektu, jehož prvním výsledkem byla nová Indulona měsíčková plus. Ta si téměř ihned po uvedení na trh získala oblibu zákazníků i ve velké konkurenci dalších přípravků obsahujících měsíček. Součástí receptury použité pro její výrobu je i olivový olej, který na rozdíl od jiných tuků obsahuje ideální složení mastných kyselin, které jsou relativně stabilní vůči oxidaci a zároveň fyziologicky velmi účinné. Indulona měsíčková plus proto působí protizánětlivě, antibakteriálně a antisepticky, navíc neobsahuje žádné konzervační látky. Mast pomáhá hojit malá poranění a hodí se i pro ošetření suché pokožky, kterou dokáže zjemnit a vyhladit. Zároveň je účinná v léčbě zápalu okolí nehtů.

V roce 1993 se začala v rámci Fyto-projektu vyrábět Indulona rakytníková. Její součástí je rakytníkový olej, který představuje jedinečnou směs antioxidantních živin a nejlepší doposud známý přirozený zdroj více než 190 látek. Mezi nimi figurují různé vitaminy (B, C, E), tokoferoly, betakaroteny, karotenoidy, flavonoidy, organické kyseliny, aminokyseliny, minerály či stopové prvky. Zároveň obsahuje mimořádně vysoký obsah esenciálních kyselin (omega 3, 6, 7, 9) a fytosterolů. Indulona rakytníková svým jedinečným složením pomáhá kromě běžného použití v kosmetice také při léčbě různých onemocnění kůže, jako je lupenka, atopická dermatitida, ekzémy, popáleniny, proleženiny či poškození kůže slunečním zářením.

Začátkem roku 1997 se začala vyrábět řada Indulony repelentní. Jedná se o lehce roztíratelný gel obsahující vitamin E s nedráždivým účinkem, ale dostatečně dlouhým působením proti bodavému hmyzu. Kromě tradičních řad značky Indulona, které nacházejí své uplatnění při léčbě řady onemocnění kůže, se v posledních letech vnímání značky Indulona rozšířilo z oblasti ochrany pokožky do oblasti trvalé péče o pokožku. V reakci na tuto změnu byly vyvinuty například Indulona Hand care day určená pro celodenní péči o pokožku a Indulona Hand care night pečující o pokožku během spánku. Na trh je Zentiva uvedla v roce 2005.

Nejnovější v řadě Indulony je Baby, uvedená na trh v roce 2007.

(tz)

CHCE TO DOBRÝ NÁPAD

a trochu odvahy

KDYŽ SI OTEVŘETE WEBOVÉ STRÁNKY WWW.STUDIOVANDA.CZ, HODNĚ SE NAMLSÁTE. DOSTANETE CHUŤ SE SEBOU NĚCO UDĚLAT, OBJEDNAT SE NEJMÉNĚ NA MASÁŽE, ALE TAKÉ SE NECHAT ZEŠTÍHLIT, OMLADIT, ZKRÁŠLIT. OSTATNĚ – PROČ NE, KDYŽ JE TAKOVÁ MOŽNOST NA DOSAH RUKY. KDYŽ NE-MUSÍTE UDĚLAT VŮBEC NIC, JEN SE SVĚŘIT DO PÉČE ODBORNÍKŮ. UŽ VIDÍM, JAK MNE CHYTÁTE ZA SLOVO A JAK NEVĚŘIČNĚ NAD TAKOVOU FORMULACÍ KROUTÍ HLAVOU I VANDA ŠTICHOVÁ, MAJITELKA STUDIA VANDA V PRAZE. UDĚLAT TOTIŽ MUSÍTE TO NEJPODSTATNĚJŠÍ, OPRAVUJI SE. ROZHODNOUT SE, CHTÍT.

Ono je to jako s podnikáním. Pokud v sobě nenajdete sílu a odhodlání, k ničemu zajímavému se nedopracujete. Studio Vanda ještě neslavilo žádné kulaté narozeniny, přesto získalo zvuk a věrné klienty. To je možná reference nejpodstatnější. Kudy se vinuly podnikatelské cesty Vandy Štichové a proč vložila svou invenci do oboru, v němž je u nás silná konkurence, o tom jsou následující řádky:

PROČ JSTE SE VLASTNĚ DALA NA DRÁHU PODNIKÁNÍ?

První moje příležitost přišla v roce 1991 v podstatě náhodou. Při rozhovoru s kamarádkou jsem se dozvěděla, že jedna rakouská firma hledá zastoupení v Čechách. Cílem bylo uvést její aktivity na český trh, šířit slávu Safari a zábavního parku nedaleko Vídně a přesvědčit české rodiny k jeho návštěvě. Odjela jsem do Rakouska, abych se zúčastnila konkurzu, a vzali mne. Tak vznikla moje první malá marketingová a cestovní kancelář, vydržela dodnes, jen se transformovala na služby cizincům přijíždějícím do Prahy. Vede ji dnes můj mladší syn. Před šesti lety jsem dostala nabídku od jednoho našeho bývalého klienta a s ním založila firmu, která se zabývá finanční problematikou. Tu, pro změnu, dnes vede můj starší syn. A do třetice všeho dobrého, i moje Wellness Studio Vanda vzniklo náhodou. Z části proto, že se celoživotně zajímám o sport, výživu a zdravý životní styl vůbec, z části proto, že jedna z mých kamarádek byla „po ruce“ a já jsem věděla, jak dobrou fyzioterapeutkou je.

BYLA V TOM TOUHA VYTVOŘIT „NĚCO“ PODLE SEBE, TOUHA PO SEBEREALIZACI, ANEBO JSTE BYLA NAŠTVANÁ NA TO, ŽE SPOUSTY ŽEN BY MOHLO O SEBE LÉPE PEČOVAT A NEDĚLAJÍ TO?

Právě naopak. Věděla jsem, že velká spousta žen o sebe pečuje. Věděla jsem také, že tuhle skupinu lze rozdělit na dvě menší. Tu, která je v péči o sebe sama aktivní, jinými slovy, například cvičí, zajímá se o to, co jí, a na doplnění používá „zkrášlující“ procedury. Na druhé straně existuje skupina lidí, která preferuje pomoc přístrojů, případně ruce maséra či kosmetičky. To vše může Studio Vanda svým klientům nabídnout. Touha tam byla pochopitelně také, strašně jsem si přála dělat něco, co mne baví, a zároveň je to prospěšné i pro ostatní. V neposlední řadě pomohla víra sama v sebe a dobrý výběr lidí, kteří se mnou pracují.

NA TRH JSTE UVEDLA V POSLEDNÍ DOBĚ ŘADU NOVINEK, VAŠE STUDIO JE TECHNICKY ATRAKTIVNĚ VYBAVENO. PODLE ČEHO TOTO PŘÍSTROJOVÉ ZÁZEMÍ BUDUJETE?

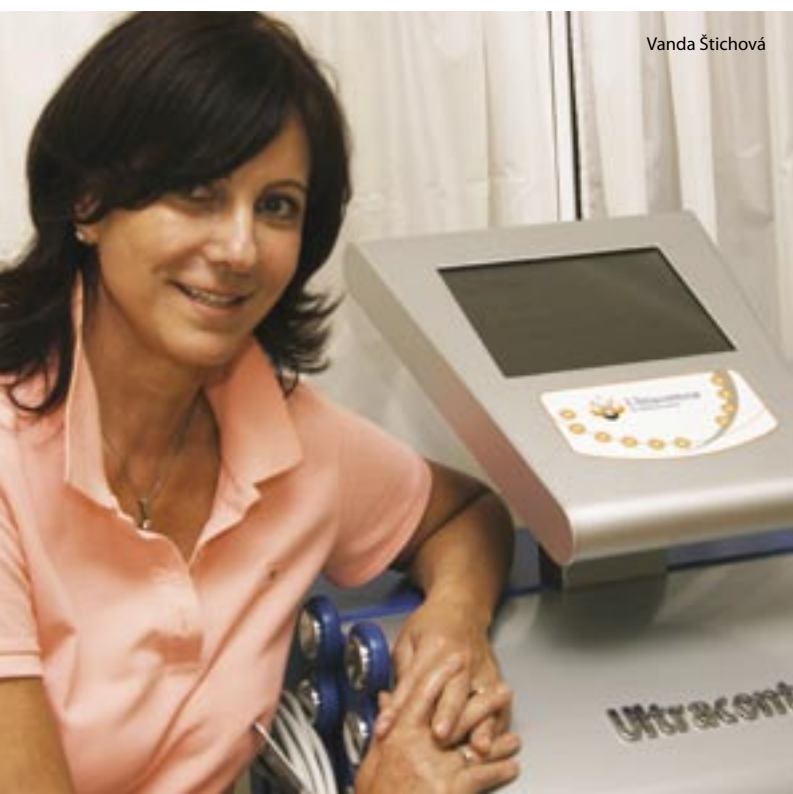
Vyhledávám záměrně novinky, sbírám o nich teoretické znalosti, prakticky je zkouším sama na sobě a skupině dobrovolníků, a pořizuji za předpokladu, že skutečně fungují i v praxi. Mám štěstí na dodavatele, spolupracuji s firmou Beneficium Euro Ltd s. r. o., která je dodavatelem profesionálních přístrojů, technologií a materiálu pro moderní centra nadstandardní lékařské a estetické péče. Protože souhlasím se slovy ředitele této firmy, ing. Tomáše Hadrbolce, dovolím si je citovat: „Naše aktivity v České a Slovenské republice vycházejí z exkluzivních zastoupení významných zahraničních firem a značek, které představují lídry ve svých oborech. Přinášíme našim partnerům to nejlepší ze světových trendů v nejvyšší kvalitě.“ Spolupracuji s největší českou, soukromou, kosmetickou firmou Ryor, která „šije na míru“ materiály potřebné k profesionálnímu ošetření i domácímu použití. Kromě toho, Ing. Eva Štěpánková, majitelka Ryoru, je mým osobním vzorem v podnikání.

NAKUPUJETE NA ÚVĚŘ, NA LEASING, ANEBO INVESTUJETE, AŽ SI NA TO VYDĚLÁTE?

Myslím si, že bez schopnosti podstoupit menší či větší podnikatelské riziko to v soukromém podnikání nejde. Drahé přístroje pořizuji na leasing, levnější nakupuji za „hotové“.

PAMATUJETE SE NA PRVNÍ ZÁKAZNÍCI? KDY JSTE VLASTNĚ ZAČÍNALA A JAKÝMI SLUŽBAMI?

Wellness Studio Vanda nemá tak dlouhou historii, aby se ►





► dala zapomenout. Začínaly jsme s kolegyní sotva před dvěma lety. Úplně první zákaznice byly moje kamarádky, a doufala jsem, že přivedou další... stalo se. Na to navázaly marketingové aktivity. Často se noví klienti a klientky (mezi našimi zákazníky je asi 15% mužů) o nás dozvídají prostřednictvím článků v tisku, ale jejich hlavní „přísun“ pochází z internetu. Nezanedbatelnou část naší klientely tvoří ti, kteří přijdou na doporučení od našich stávajících klientů.

CO POVAŽUJETE DNES ZA ŠPIČKU VE SVÉ NABÍDCE A PO ČEM JE NEJVĚŠÍ POPTÁVKA?

Ve Studiu Vanda provozujeme přístroj Ultracontour, který



dokáže lokálně odbourávat tuk. Ultracontour využívá ultrazvukového paprsku, který rozbíjí tukové buňky, a tak formuje postavu na místech, která bývají nejčastěji „obalena“ tukem. Bříška, boky, stehna a hýždě jsou nejčastěji ošetřované partie. Tahle procedura se zažila pod nesprávným názvem liposukce ultrazvukem, je to však ošetření, na rozdíl od klasické liposukce, neinvazivní, nebolí a není u něj nutná žádná rekonvalescence ani dramatická změna životního stylu. Patří k ošetřením o „polední přestávce“. Ultracontour je bezesporu špičkou v našem vybavení.

Nově jsme si pořídili do Studia Vanda U lift, nový modul Ultracontouru, jehož pomocí umíme dramaticky vylepšit stav pomerančové kůže – celulity. Zatím jsem jediné pracoviště v České republice, které U lift vlastní. Oba přístroje stojí v čele zájmu našich klientů. Je jen málo těch, kteří „špičky“ a celulitidu na svém těle neřeší.

V poslední době je velký zájem o Pilates, jedinečný cvičební program, nazvaný podle jména tvůrce. Joseph Hubertus Pilates vytvořil tuto metodu již v roce 1920, původně pro profesionální sportovce, později bylo cvičení modifikováno pro veřejnost a stalo se základem pro prevenci degenerativních chorob, pomáhá zpevnit tělo, zlepšit vzhled a kvalitu života.

Také doufám, že se „ujme“ další novinka, která může pro obdivovatele Pilatesovy metody znamenat další krok pohybového vývoje. Jedná se o Gyro metodu, která je stejně jako Pilates založena na posílení středu těla. Pilates prosazuje většinou přímočarý pohyb, zatímco Gyro metoda přidává rotační a spirálovité pohyby. Jde také o hlubší využití dýchání. Dýchání se stává nástrojem k odstranění bloků v těle, stimulaci nervového systému a zlepšení vitality. Zvláštní pozornost je věnována zvyšování pohyblivosti páteře, uvolnění napětí v horní části těla a zlepšení koordinace pohybu.

První kurz Gyro metody otevřeme na podzim. Velký dík patří doc. PhDr. Evě Blahušové, docentce na katedře tělovýchovy MFF UK, kde se specializuje na výuku aerobiku, ►

- posilování a fitness vůbec, sleduje světové trendy ve well-ness a fitness. Měla jsem to štěstí se Pilates i Gyro metodu naučit právě od ní, nejlepší z nejlepších.

VELICE SILNÁ JE VAŠE SPECIALIZACE NA MASÁŽE. NASTÁVÁ V ČECHÁCH JEJICH RENESANCE?

Masáže jsou opravdu velmi oblíbené. Není divu, žijeme ve stálém stresu a při masáži lze aspoň na chvíli zahodit všechny starosti. Je z čeho vybírat, počínaje regenerační masáží přes masáž Breussovou, která se hodí pro uvolnění a prevenci problémů páteře, k masáži horkými kameny, ta zase navozuje hluboký pocit uvolnění a klidu. Za zmínku stojí poslední léta vyhledávaná manuální nebo přístrojová lymfatická masáž, jež má účinky zdravotní i kosmetické. Detoxikuje organizmus, odstraňuje otoky, zvyšuje imunitu, pomáhá i při bolestech hlavy, zdravým lidem může pomoci zpomalit stárnutí pleti, zastavit celulitu a zpevnit podkoží. K nejžádanějším masážím obličeje patří chiromasáž a liftinogová masáž.

KAŽDÁ ŽENA TOUŽÍ PO TOM, ABY SE LÍBILA. VAŠE SLUŽBY DOKÁŽÍ V MNOHÉM JÍT NAPROTI I NEVYSLOVENÝM PŘÁNÍM. NĚKTERÝM KLIENTKÁM SVÝM ZPŮSOBEM NAPOMÁHÁTE ZVEDAT SEBEVĚDOMÍ...

Opravdu tomu tak je, a nejen procedurami samotnými. Dáváme si moc záležet, aby se všichni u nás cítili „jako doma“, věnujeme jim nejen čas, ale i plnou pozornost. Často vyslechneme veselé i smutné životní příběhy. Panuje u nás dobrá nálada, kterou se snažíme „infikovat“ naše klienty.

O PODNIKATELKÁCH A MANAŽERKÁCH SE ČASTO TVRDÍ, ŽE JIM UTÍKÁ ŽIVOT MEZI PRSTY – PRACOVNÍ NASAZENÍ JE TAK VELKÉ, ŽE NEMAJÍ ČAS SAMY NA SEBE, ŽE O SEBE MÁLO DBAJÍ. JAKÝ NA TO MÁTE NÁZOR?

Já si myslím, že si vždy najdeme čas na to, co opravdu chceme. Dokud však nejsme o věci přesvědčeni, hledáme jakékoliv výmluvy... A že lidská vynalézavost nezná mezí, to víme všichni.

OSTATNĚ – JAK JE TO S VÁMI? STIHNETE VŠE, CO POTŘEBUJETE?

To, co potřebuji, stihnu, ne však úplně všechno to, co bych chtěla. Stále mám mnoho nápadů, z nichž jen některé se podaří realizovat. Mám ale to štěstí, že dělám práci, která mne baví, a jsem obklopena lidmi, kterým věřím a kteří mi moje myšlenky pomáhají uvést do života. Bez nich bych „stihla“ mnohem méně.

CO BYSTE DOPORUČILA Z VLASTNÍCH ZKUŠENOSTÍ ŽENÁM, KTERÉ SE ZATÍM PODNIKÁNÍ BOJÍ?

Strach z nového máme někdy všichni. O nutnosti podstoupit jisté podnikatelské riziko jsem se už zmínila. Chce to dobrý nápad a trochu odvahy...

Já vím, kdyby to bylo tak jednoduché, podnikal by možná úplně každý. Kromě dobrého nápadu a odvahy je třeba si stanovit reálné cíle a priority.

A CO TĚM, KTERÉ KOUZLŮM SALONŮ MOC NEVĚŘÍ?

Těm bych přála, aby si alespoň pár minut denně našly čas pro sebe a dělaly jen to, co je baví.

za povzbudivá slova poděkovala **Eva Brixí** ⇔

foto: *Šimon Antropius*



TOUHA PO ZAJÍMAVÉM, OSOBITÉM BYDLENÍ JE PRO NÁS VELMI PŘÍZNAČNÁ. SNY MNOHÝCH ŽEN NEBÝVAJÍ JEN O KRÁSNÝCH A HODNÝCH PRINCÍCH NEBO ODVÁŽNÝCH FILMOVÝCH HRDINECH. JSOU PROSTŠÍ, LEČ ZÁSADNĚJŠÍ: JSOU O BYDLENÍ. O BYDLENÍ PODLE VLASTNÍCH PŘEDSTAV, V BYTĚ UPROSTŘED MĚSTA, ODKUD JE VŠE NA DOSAH RUKY, NEBO O RODINNÉM DOMĚ NA KRAJI PRAHY ČI OLOMOUCE, S VELKOU ZAHRADOU PLNOU KYTEK NEBO ZRAJÍCÍCH BROSKVÍ. KAŽDÁ Z NÁS SPŘÁDÁ MYŠLENKY O TOM, JAK SI BYT ČI DOMEK ZAŘÍDÍ, JAKÉ BUDOU PŘEVLÁDAT BARVY, ČÍM OZVLÁŠTNÍ INTERIÉR, ZDA JE MILEJŠÍ NÁBYTEK ČI VOLNÝ PROSTOR, CO K VYLADĚNÍ KOUPELNY, AŽ PO ZAHRADNÍ SEZENÍ A TVARY KVĚTINÁČŮ. MUŽI S RADOSTÍ NECHÁVAJÍ TYTO ÚVAHY NA NĚŽNÉ POLOVINĚ LIDSTVA. ZAJÍMÁ JE SPÍŠE, ZDA BUDE V KUCHYNI A JÍDELNĚ VŠE ROZVRŽENO TAK, ABY SE ZDE DOBRĚ A PRAKTICKY STOLOVALO, A ZDA V TOM VYMÝŠLENÍ ZBYDE MANŽELCE JEŠTĚ ČAS NA TEPLOU VEČEŘI... VÍM, PŘEHÁNÍM, ALE SCHVÁLNĚ.

DOKÁŽÍ SE LÉPE VCÍTIT do požadavků a problémů klienta

Milovat místo, kam se denně vracíme, není jen o radostech pozemských, ale také o tom, jak naše představy financovat. Stavební spoření již patří k samozřejmostem. O něm a ženách je rozhovor s Rostislavem Trávníčkem, marketingovým ředitelem Českomoravské stavební spořitelny, jednoduše Lišky:

LIŠKA JAKO JEDNIČKA NA TRHU STAVEBNÍHO SPOŘENÍ U NÁS – TO JE TAKÉ DO JISTÉ MÍRY VAŠE PRÁCE, MARKETING JE JEDEN Z VÝZNAMNÝCH PILÍŘŮ PRODEJE FINANČNÍCH PRODUKTŮ...

Českomoravská stavební spořitelna je na trhu od roku 1993, letos tedy oslaví 15 let svého úspěšného působení. Liška se stala doslova fenoménem, synonymem stavebního spoření. Statistická data ukazují, že téměř každý obyvatel České republiky Lišku zná a nespojuje si ji již jen se stavebním spořením, ale i s jinými produkty. ČMSS se stala za dobu svého působení významným hráčem i v oblasti podílových fondů a penzijního připojištění. Naše značka tedy v poslední době opravdu boduje a velký podíl na tom má mimo jiné i marketingová komunikace, kde jsme v poslední době zaznamenali několik úspěchů.

MYSLÍTE, ŽE NAPŘÍKLAD REKLAMU NEBO JINÉ MARKETINGOVÉ KROKY VNÍMAJÍ ŽENY-KLIENTKY CITLIVĚJI A INTENZIVNĚJI NEŽ MUŽI? ZEJMÉNA VE VAŠEM OBORU? ŘÍKÁ SE, ŽE NĚŽNÁ POLOVINA LIDSTVA MÁ K BYDLENÍ VŘELEJŠÍ VZTAH NEŽ MUŽI.

Jak je známo z reálného života i průzkumů veřejného mínění, v naší kultuře často o financích rodiny rozhodují ženy. Vytvářejí atmosféru domova a je jejich prioritou zajistit rodině kvalitní zázemí v podobě útulného a vyhovujícího bydlení. Samozřejmě své marketingové kampaně cílíme na jednotlivé skupiny klientů, ale snažíme se zasáhnout širokou populaci, protože naše produkty jsou opravdu pro celou rodinu.



Rostislav
Trávníček

TAKÉ JSEM SLYŠELA, ŽE STAVEBNÍ SPOŘENÍ DOKÁŽÍ „PRODÁVAT“ LÉPE ŽENY. JAK JE TOMU V PŘÍPADĚ ČESKOMORAVSKÉ STAVEBNÍ SPOŘITELNY? MÁTE VÍCE OBCHODNÍCH ZÁSTUPCŮ-PORADCŮ ŽEN NEBO MUŽŮ?

Je pravda, že se v řadách našich obchodních zástupců objevuje více žen. Poměrově je to 60% žen ku 40% mužů. Na této práci ženy přitahuje zejména to, že si mohou samy organizovat pracovní čas a jsou svým pánem. ČMSS tak dává i šanci vzdělaným, aktivním ženám, které jsou například na mateřské a s malými dětmi. V této práci ženám možná pomáhá empatie, dokáží se lépe vcítit do

požadavků a problémů klienta.

JAK JE UČÍTE OBCHODNÍM DOVEDNOSTEM?

System školení a vzdělávání našich obchodních zástupců máme velmi sofistikovaně propracovaný. Není zde prostor k vyjmenování všeho, čím obchodní zástupce projde v rámci svého zaškolování i pozdějšího rozvoje, ale věřte, že je mu věnována maximální odborná péče. Školíme obchodní zástupce nejen o produktech, které nabízejí, ale věnujeme se i prodejním dovednostem, zásadám kvalitního finančního poradenství, atd. Naším spolupracovníkům hodně pomáhají moderní technologie. Do oblasti školení a vzdělávání ČMSS investujeme nemalé finanční prostředky, protože kvalitní poradenství poskytované našim klientům je pro nás stěžejní.

CO BÝVÁ HLAVNÍ MOTIVACÍ K TOMU, ABY TO S LIŠKOU ZKUSILY?

Hlavní motivací je zájem o stabilního, kvalitního zaměstnavatele, možnost kariérního postupu a sebevzdělávání.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí

Obchodní výsledky Českomoravské stavební spořitelny za první čtyři měsíce tohoto roku jsou rekordní. Potvrzují vedoucí pozici ČMSS na trhu. Objem poskytnutých úvěrů meziročně vzrostl o více než 2,7 miliardy korun. Celková cílová částka uzavřených smluv vykazuje meziroční nárůst 20,5 miliardy korun. Vynikající výsledky si ČMSS připsuje v doplňkových produktech. Meziroční srovnání počtu uzavřených smluv dokumentuje nárůst o 25,8%. Objem poskytnutých úvěrů za měsíc duben 2008 překročil třímiliardovou hranici. Po březnovém rekordu tak ČMSS jednoznačně potvrdila částkou dosahující 3,1 miliardy korun trend rekordní výkonnosti. Meziročně dubnový výsledek znamená nárůst o více než 800 milionů korun, tj. 35,1%. Celkový objem poskytnutých úvěrů ze leden až duben 2008 se těsně přiblížil jedenáctimiliardové hranici. V meziročním srovnání znamená 10,7 miliardy korun poskytnutých úvěrů nárůst o 33,9%. Hodnotu tohoto výkonu dokumentuje i následující přepočtení: od začátku roku si lidé přicházejí každý pracovní den do ČMSS pro úvěry na bydlení v částce téměř 126,4 milionu korun.



VŠE, CO JSME DOKÁZALY,

jsme dokázaly díky vlastní píli a pracovitosti

KAŽDÁ MENŠÍ FIRMA, KDYŽ SE STAVÍ NA NOHY, MÁ SVÉ SNY, VIZE, PLÁNY. TEDY JEJÍ VLASTNÍCI. PŘEDSTAVY SE POSTUPNĚ MĚNÍ V CÍLE, V ŘÁDNÝ PODNIKATELSKÝ PLÁN. PRAXE POSTUPNĚ UKAZUJE, V CO MUSÍ VYKRYSALIZOVAT PRVOTNÍ NADŠENÍ, JAK SE VYHNOUT CHYBÁM, CO DĚLAT JINAK A LÉPE. NEBYLO TOMU JINAK U PRAŽSKÉ AGENTURY, JEJÍŽ JMÉNO URČITĚ ZNÁTE: XACT S.R.O. (WWW.XACT.CZ). VEDOU JI JEDNATELKY HANA ČEPOVÁ A MARTINA SOVOVÁ. AČ DVĚ ŽENY U KORMIDLA, KLAPE JIM TO. ZEPTALA JSEM SE NA JEJICH DOSAVADNÍ PODNIKATELSKÉ ZKUŠENOSTI:

VAŠE AGENTURA SE SPECIALIZUJE NA POŘÁDÁNÍ NEJROZMANITĚJŠÍCH SETKÁNÍ NA URČITÉ TÉMA – OD FIREMNÍCH VEČÍRKŮ PŘES KONFERENCE, SPOLEČENSKO-OBCHODNÍ JEDNÁNÍ S PROGRAMEM, VYHLAŠOVÁNÍ SOUTĚŽÍ... CO VŠECHNO VLASTNĚ MŮŽETE DNES KLIENTOVI NABÍDNOUT?

Hana Čepová:

Na tuto otázku by se samozřejmě nejlépe hodila jednoduchá odpověď, že „všechno“, ale to je přeci jen zavádějící či příliš zjednodušující. S organizačním zajištěním ve vaší otázce zmíněných akcí souvisí obvykle velké množství jiných věcí, takže někdy si v agentuře děláme legraci a říkáme, že

jsme „holky pro všechno“. Během let se z nás staly odbornice např. na grafiku, tisk, catering, organizaci dopravy, dekorace či dárky. Klienty třeba často dostáváme tím, jak rozumíme konferenční technice. I když je to samozřejmě tak, že máme skupinu osvědčených dodavatelů, kteří jednotlivé věci realizují. Ale na nás je vysvětlit klientovi co a jak a proč právě toto řešení. Jsou ale věci, které neumíme, neděláme a klientům to zcela jasně deklarujeme.

A CO JE NA VAŠÍ PRÁCI ASI NEJSLOŽITĚJŠÍ?

Hana Čepová:

Asi dokázat si za každé situace zachovat klidnou hlavu. Při naší práci je nesmírně důležité koordinovat v jeden moment několik různých aktivit, což ►



- je samo o sobě někdy dosti náročné. Přitom se může stát, i když je vše správně naplánováno a objednáno, že někde něco nevyjde. Je na nás najít co nejrychleji náhradní řešení.

LÁMETE SI HLAVU, JAK SE TREFIT DO NÁLADY KLIEN- TA? PODLE ČEHO STANOVIT CENU?

Martina Sovová:

Oboustranný ideál samozřejmě je, když známe klienta dlouho, známe i jeho klienty a víme, kterým směrem plánování poptávané akce směřovat. Klient s námi nemusí ztrácet svůj drahý čas, obvykle nám vzájemně už pak stačí v mailu krátké, pár vět obsahující zadání.

U nových klientů je to samozřejmě složitější, ale naše dlouholeté zkušenosti nám obvykle dost pomáhají k tomu, abychom se trefily klientovi do nálady co nejdřív.

Co se ceny týká, většina klientů má na akci přesně stanovený rozpočet a je lepší, pokud jeho výši známe předem. Alespoň víme, kde se můžeme s našimi návrhy na realizaci pohybovat. Snažíme se do stanovených rozpočtů vejít, hledáme místa, kde se dá ušetřit, a pokud je třeba naopak na něco finanční limit navýšit, snažíme se klientovi vysvětlit, proč to tak je a co mu to přinese.

MÁ SMYSL PŘICHÁZET K TĚMUŽ ZÁKAZNÍKOVÍ VŽDY S NĚČÍM NOVÝM? NEBO SPOLĚHÁ SPÍŠE NA TO, CO SE OSVĚDČILO?

Hana Čepová:

Vycházíme z toho, co se osvědčilo, a snažíme se do toho, je-li to alespoň trochu možné, přinést něco nového. Jednotlivé akce nelze pořádat přes kopírák.

STALO SE VÁM, ŽE JSTE NĚKDY NEDOSTALY ZAPLA- CENO?

Martina Sovová:

Měly jsme s tím problém zejména v začátcích fungování agentury. Nejsou to zrovna hezké vzpomínky, o to víc, že se jednalo o velké, známé mezinárodní firmy. Jejich tehdejší zahraniční manažeři zneužívali toho, že jsme byly mladé a jistým způsobem nezkušené a klienty takových jmen jsme prostě potřebovali. Zkoušeli na nás těžko uvěřitelné a ve světě byznysu, ze kterého přicházeli, naprosto nepředstavitelné věci. Dnes se nám to už naštěstí nestává. Většina našich stávajících klientů je stabilních, osvědčených a relativně i přiměřeně včas platících.

NAKOLIK SE SNAŽÍTE OVLIVNIT NÁZOR OBJEDNÁVA- JÍCÍHO NA URČITOU AKCI V PŘÍPADĚ, ŽE SHLEDÁTE JEHO MYLNÝ PŘÍSTUP? SNAŽÍTE SE PORADIT, KLIENT VŠAK TRVÁ NA SVÉM...

Martina Sovová:

Pro nás je v první řadě důležité, aby požadavky na akci neporušovaly platné zákony a aby odpovídaly dobrým mrávům, aby se na nich nikomu neubližovalo atp. Jak už jsme zmínily, naše zkušenosti z realizací akcí jsou za těch 13 let tak bohaté, že máme dost argumentů proto, jak vést klienta potřebným směrem. Pokud ani to nezabere, nezbyvá, než za-



tnout zuby a akci zorganizovat tak, aby i přesto dopadla co nejlépe.

JSTE PODNIKATELKY A MANAŽERKY. ZAČ BYSTE SE DNES POCHVÁLILY?

Hana Čepová, Martina Sovová:

Moc hezká otázka... Je pravda, že chvály není nikdy dost. Přesto, když má člověk pochválit sám sebe, jde to ztěžka. Pokud je něco, za co si, myslím, že pochvalu zasloužíme, tak je to určitě to, že vše, co jsme dokázaly, jsme dokázaly díky vlastní péči a pracovitosti, bez pomoci různých „strýčků“. Také se, myslím, můžeme pochválit za chování k zaměstnancům, které je maximálně férové. Přesto to, co nás chválí, doufáme, samo, jsou naši klienti, jejichž množství se nám daří každým rokem rozumným množstvím zvyšovat, a množství peněz, které nám svěřují na realizaci jednotlivých aktivit. Jen pro zajímavost – v minulých letech rostl náš roční obrat v rozmezí 10–20 %. V letošním roce naše agentura již teď, po šesti měsících, dosáhla výše obratu z loňského roku.

za rozhovor ráda poděkovala Eva Brixí ☞



MUŽSKÝ BAROMETR ZDRAVÍ

KDYŽ MÁ CHLAP POTÍŽE SE SEXEM, NESPOČÍVÁ ZPRAVIDLA HLAVNÍ PŘÍČINA V JEHO PARTNERCE. ALE PROBLÉM SE PŘESTO DOTÝKÁ OBOU V PÁRU. ŽENY BY MĚLY VĚDĚT, ŽE DOKÁŽÍ SVĚMU MUŽI S ODSTRANĚNÍM PROBLÉMU POMOCI VÍCE, NEŽ SI MYSLÍ. A TAKÉ, ŽE PORUCHY EREKCE BÝVAJÍ SIGNÁLEM DALEKO ZÁVAŽNĚJŠÍCH CHOROB. HOVOŘILI JSME O TOM SE SEXUOLOŽKOU MUDR. TAŤÁNOU ŠRÁMKOVOU, CSC., Z LÉKAŘSKÉ FAKULTY MASARYKOVY UNIVERZITY V BRNĚ, KTERÉ JSME NA TOTO TÉMA POLOŽILI NĚKOLIK OTÁZEK.

MUDr. Taťána Šrámková



SOUVISEJÍ PORUCHY SEXUÁLNÍ FUNKCE S NADMĚRNÝM A DLOUHODOBÝM STRESEM? JSOU VAŠIMI PACIENTY VE VĚTŠÍ MÍŘE PODNIKATELÉ A MANAŽEŘI NEŽ OSTATNÍ MUŽI?

Běžný stres podnikatele rozhodně nevede ke vzniku sexuálních poruch. Tito muži jsou na určitou dávku stresu adaptováni. Nadměrný a dlouhodobý stres může vést ke vzniku únavy a vyčerpání, což se může projevit sníženou chutí k sexu, někdy i zhoršením kvality erekce, ale také vznikem některých tzv. „civilizačních nemocí“, jako jsou srdečně cévní nemoci. Nemoci srdečně cévního systému vedou ke vzniku poruchy ztopoření. U disponovaných mužů nadměrný a dlouhodobý stres s únavou až vyčerpáním může zapříčinit situační, přechodnou poruchu výronu semene – at už rychlou, nebo naopak opožděnou ejakulaci. Podnikatelé tvoří asi polovinu mojí andrologické klientely.

MAJÍ MANŽELKY A PARTNERKY VELKÝ VLIV NA ROZHODNUTÍ MUŽŮ NAVŠTÍVIT ORDINACI LÉKAŘE V PŘÍPADĚ, KDYŽ JIM TO NEKLAPE V POSTELI?

Řada mužů se svými partnerkami nekonzultuje svoje rozhodnutí navštívit se sexuálními problémy sexuologa nebo urologa. Přicházejí do ordinací spontánně, aniž by partnerky o tom věděly. Netrvám na účasti partnerky muže v ordinaci, ctím jeho přání. Léčba poruchy ztopoření může tedy být nezávislá na účasti partnerky. Sexuální problém je pro muže velmi citlivé téma, o němž se stydí hovořit. Proto je často lékař první člověk, kterému se svěří. Bohužel jen desetina mužů, kteří mají uvedené potíže, lékaře vyhledá. Ostatním brání stud nebo neznalost, nevědí, kde mohou hledat pomoc nebo doufají, že se „to samo nějak vyřeší“. Podle výzkumů trpí 54 % českých mužů ve věku od 35 do 65 let nějakým stupněm poruchy ztopoření. Problém častěji konzultují s partnerkou ti, jejichž porucha erekce je klasifikována jako těžká. Je prokázáno, že porucha erekce (erektilní dysfunkce) má negativní dopad též na sexuální prožívání partnerek takto postižených mužů. Objevuje se u nich snížení sexuální chuti, vzrušivosti i schopnosti dosáhnout orgasmu. Naopak u žen, jejichž partneři užívali na podporu erekce léky ze skupiny moderních léků, došlo ke zlepšení sexuálního života v oblastech sexuální chuti, vzrušivosti i dosažení orgasmu.

JAK SE CHOVÁJÍ ŽENY, KDYŽ MÁ JEJICH PARTNER PROBLÉMY S EREKCI A JAK BY SE SPRÁVNĚ MĚLY CHOVAT?

Poruchy ztopoření znamenají stres pro pár. Neřešené poruchy ztopoření vedou k napětí a nejistotě ve vztahu a k potenciálnímu ohrožení jeho stability. Některé ženy berou poruchu

erekce pouze jako mužský problém, partnera kritizují, snižují jeho sebevědomí, jindy k partnerovi zaujímají negativní postoj i v nesexuálních oblastech společného života, jiné ženy poruchy erekce vítají jako příležitost k ukončení sexuálního života. Některé ženy se obávají, že již nejsou pro partnera přitažlivé, že o ně ztratil zájem, případně za poruchou erekce vidí nevěru. Kooperující partnerka je vstřícná, otevřená, dokáže správně pojmenovat problém a začít komunikaci na toto citlivé téma („Miláčku, to, že se nám sex občas nepovede, je normální, ale v poslední době se mi zdá, že naše milování opravdu není to, co to bývalo, nemyslíš, že bychom s tím měli něco dělat? Četla jsem, že když muž nemá ztopoření, může to souviset s nějakou nemocí, že to není jen tak. Najdeme někoho, kdo se tím zabývá, kdo nám pomůže...“). Taková partnerka dokáže být citlivá a jemně o problému poruchy erekce hovořit, dokáže svého partnera podpořit a motivovat k vyšetření a léčbě. Stále ještě není v povědomí laické, ale často ani odborné veřejnosti, že mužská erekce je barometrem mužského zdraví. Její porucha pak může být prvním příznakem často závažného onemocnění (ischemická choroba srdeční s projevy anginy pectoris a srdečního infarktu, rakovina prostaty atd). Vyšetření u specialisty pomůže odhalit příčinu poruchy erekce a účinně ji léčit. Vstřícná partnerka podpoří muže v léčbě poruchy, případně mu pomůže najít kontakt na specialistu. Podpora partnerky je jeden z klíčových bodů úspěšné léčby.

DŘÍVE POMÁHALY MASTI, BYLINKY, ZAŘÍKÁVÁNÍ A NÁPOJE LÁSKY. CO MŮŽE NABÍDNOUT MODERNÍ MEDICÍNA DNES A S JAKÝMI VÝSLEDKY PRACUJE?

Moderní medicína má již deset let k dispozici účinné léky ze skupiny tzv. inhibitorů fosfodiesterázy. Pro naše pacienty máme k dispozici tři léky pod firemním názvem Viagra, Cialis, Levitra. Léčebný efekt se pohybuje okolo 80 %, ale liší se podle příčiny, která vedla k poruše erekce. Nižší účinnost moderních léků bude např. u mužů po odstranění prostaty pro zhoubný nádor nebo u diabetiků. Pokud tablety nefungují nebo je důvod, proč je lékař nemůže předepsat, můžeme doporučit injekční léčbu. Dnešní medicína dokáže vyléčit téměř všechny muže s poruchou erekce. Definitivním řešením je implantace penilní endoprotézy. Tento způsob léčby vyžaduje malé procento nemocných. V ordinaci se snažím ušít léčbu „na míru“, tzn. zvolit takový postup, který bude muži vyhovovat. S pacientem vždy konzultuji výběr léčebné metody. ▶

► PROČ JSTE SI VYBRALA TENTO LÉKAŘSKÝ OBOR, O NĚMŽ I VEŘEJNĚ PŘEDNÁŠÍTE?

K sexuologii mě přivedli pacienti s míšním poraněním. V Brně vznikla před více jak deseti lety první spinální jednotka v republice, jejíž zdravotnický tým pečuje o ochrnuté jedince, převážně mladé muže po úrazech. Většina ochrnutých má sexuální problémy. Týkají se nejen poruchy ztopoření, ale i neplodnosti. Této skupině hendikepovaných se věnuji ve svém profesním životě. V posledních třech letech se zabývám vztahem erektilní dysfunkce a nemocí srdečně cévních.

Porucha mužské erekce a ischemická choroba srdeční mají stejný podklad, a proto i stejné rizikové faktory, jako je například věk, kouření, obezita, cukrovka, zvýšená hladina cholesterolu, vysoký krevní tlak a absence pohybu. Je prokázáno, že muži rok před objevením srdečního infarktu trpí poruchou erekce a naopak u mužů s nediagnostikovanou a neléčnou poruchou erekce se v průměru za tři roky objeví příznaky ischemické choroby srdeční.

Další oblastí mého profesionálního zájmu je sexualita onkologicky nemocných. Sexuální problémy lidí s nádorovým onemocněním bývají podceňovány, přehlíženy, a tudíž neléčeny. Přitom konzultace s odborníkem a účinná léčba zvyšuje kvalitu života takto postižených. Onkologické nemoci jsou u nás druhou příčinou smrti, postihují často jedince v mladším či středním věku (nádory prsu, nádory střev a konečníku, prosta-

ty, děložního hrdla atd.). Moje publikační a přednášková aktivita se převážně týká erektilní dysfunkce a neplodnosti.

MOHOU SE ČEŠTÍ LÉKAŘI A FARMACEUTI POCHLUBIT VLASTNÍM PŘÍNOSEM VE VÝZKUMU A TERAPII PORUCH EREKCE?

Z českých výzkumníků nás v 70. letech minulého století proslavil docent Václav Michal z pražského IKEM. Tento odborník je autorem mnoha unikátních cévních revaskularizačních operací v léčbě poruchy ztopoření. Dnes se tato operační metoda používá zřídka, ale v době před objevením účinné injekční a tabletové léčby byla objevem světového významu.

A JEŠTĚ Z OPAČNÉHO KONCE – PŘI ČEM SI DOMA NEJLÉPE ODPOČINETE, JAK TRÁVÍTE VOLNÝ ČAS?

Nejlépe si odpočinu doma s rodinou, zejména se svým malým synem, protože mám nesmírně aktivní pracovní medicínský život, učím na lékařské fakultě, navíc často přednáším a účastním se tuzemských i zahraničních kongresů, tiskových konferencí a dalších odborných akcí i v rámci public relations. Hodně času mi také zabere vědecká práce. Relaxuji v přírodě při procházkách se psem, sportem, tancem, ale také při kvalitním filmu. Ráda píšu, ale čas na to mi zbyvá převážně v noci.

ptal se Pavel Kačer

FEJETON

BÁJEČNÝ VIRTUÁLNÍ SVĚT

Musím se vám s něčím svěřit: Fakt mě už štve, jak to u nás vypadá. Nad domácí politikou se mi úplně obrací žaludek. O národním hospodářství a vývoji státního dluhu nechci vůbec nic slyšet. Nemám totiž rád katastrofické zprávy a nechci poslouchat morbidní prognózy, kolik budu dlužit, až většinu společnosti budou tvořit penzisté. Nejhorší se mi vychází s lidmi. Buď mě dráždí tím, co si zas pořídili nového, nebo mě otravují remcáním o sociální nespravedlnosti. No prostě – co vám budu povídat!

Ještě že člověk má zadní vrátka, jimiž může vycouvat do jiného světa. Dřív mě to stálo jen dvě tři koruny a na dvě hodiny jsem se ocitl ve vysněném prostředí. Ano, stačilo jen si zakoupit lístek do první „brázdy“ místního kina a proměnil jsem se v hrdinu filmového plátna, co mu například podlehe srdce Angeliky, markýzy andělů. Nebo jsem byl věrným druhem Vinetoua, náčelníka Apačů. Když jsem měl právě hlouběji do kapsy, vystačil jsem si i s blížící obrazovkou Tesly Oravan a denní dávkou emocí v televizním seriálu Byl jednou jeden dům, Nemocnice na okraji města nebo Cirkus Humberto.

Svět chlapeckých představ však dospěl a já s ním. Už mi nestačí ani moderní sály multiplexů a dokonalý obraz plazmové obrazovky. Pohltily mne moderní informační technologie. S herní konzolí svých dětí jsem se sice nikdy neskamarádil, protože jsem podlehl jinému médiu – podmanivému kouzlu internetu. Ano, vstoupil jsem jednoho dne jako nováček do cyber prostoru a postupně se v něm zabydlel.

Začalo to docela nevinně. Chtěl jsem si pro sebe vybrat auto a otevřel internetové stránky škodovky. Jenže s jidlem roste chuť a jednoho dne jsem se přistihl, jak se projíždím v nejluxusnějším modelu Bentley. A po pravdě řečeno, ani mne to moc nenadchlo. Taky krasavice z největších světových webů se mi časem okoukaly. Přeskakoval jsem zrudně od jedné

k druhé bez žádoucího uspokojení. Až jsem konečně narazil na to pravé.

Jmenuje se, myslím, Aneta, ale to není podstatné. Tahle představitelka dokonalého ženského ideálu mne zavedla do svého báječného virtuálního světa. Vstoupil jsem do města, kde jsem si mohl vybrat nejlepší dům na nejdražší parcele, k tomu samozřejmě rozlehlý zelený pažit a jako třešinku na dortu vyhříváný bazén.

S Anetou jsme si pořídili dvě úžasné děti.

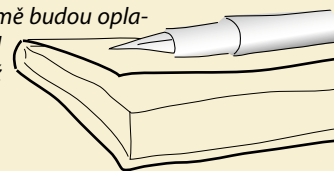
„Vyber si povolání, miláčku,“ vybědla mne moje, stále milá, ženuška a něžně políbila.

Nemusel jsem se dlouho rozmyšlet, stal jsem se starostou. Obyvatelé městečka mi prokazovali úctu, muži zahrnovali lichotkami a ženy vrhaly oddané pohledy. Všechny radosti virtuálního světa mi byly k dispozici a mým jediným úkolem bylo objevovat a zkoušet stále nová a nová lákadla světa nekonečných možností. Prostě idyla!

Bohužel, ani v globální síti nic netrvá věčně. Od Anety jsem si na chvíli odskočil na nejistou půdu serveru spoluzaci.cz. Chtěl jsem svým přátelům z dětství podat zprávu o tom, kam jsem to dotáhl a jak báječně se mi žije. Když jsem vyplňoval formulář nového žáka, zaškrtnl jsem i kolonku „neznámé datum umrtí“. Pochopitelně, který z nás to ví? To nebylo právě šťastné kliknutí myši. Ve třídě 9. B. jsem se sice objevil, ale s černým křížkem u svého jména.

Byl to pro mě skutečně šok. Nechtěl jsem, ale spáchal virtuální sebevraždu. Spolužáci mě budou oplakávat. I já sám jsem ztratil jistotu: Žiju ještě, nebo už ne?

Pavel Kačer



VYSOKÁ ŠKOLA S BONUSEM

HOTELNICTVÍM, GASTRONOMIÍ A LÁZEŇSTVÍM JSME SE CHLUBILI PŘED CELÝM SVĚTEM. PO TÉMĚŘ PŮLSTOLETÍ ÚPADKU SMĚŘUJÍ TRADIČNÍ ČESKÉ SLUŽBY OPĚT DO ELITNÍ SPOLEČNOSTI. JAK SE TO PODAŘÍ, O TOM ROZHODNOU I NOVÍ ODBORNÍCI. NA TOTO TÉMA JSME SI POVÍDALI S REKTORKOU VYSOKÉ ŠKOLY CESTOVNÍHO RUCHU, HOTELNICTVÍ A LÁZEŇSTVÍ (ASOCIACE HOTELŮ A RESTAURACÍ ČR) DOC. ING. VĚROU SEIFERTOVOU, CSC.

V ČEM VIDÍTE HLAVNÍ POSLÁNÍ VAŠÍ ŠKOLY A KAM JI JAKO REKTORKA SMĚŘUJETE?

Posláním naší školy není vytvářet zisk. Asociace hotelů a restaurací ČR si dala za cíl vytvořit exkluzivní školu, která bude vychovávat skutečné mistry v oboru. Má být flexibilní a reagovat na změny v tržním prostředí. Kromě profesorů a docentů (například v oboru cestovního ruchu jich máme pouze pět v ČR) na ní přednášejí odborníci z praxe. Právě v odborných předmětech, jakým je třeba management v hotelnictví, mohou více cenných poznatků a zku-

šeností předat praktici. A výsledky jsou znát. Hodně našich absolventů pracuje v pozicích generálních manažerů hotelů, spolunajitelů cestovních kanceláří, vedoucích lázní a podobně.

CO SI PŘEDSTAVIT POD POJMEM FLEXIBILNÍ?

Můžeme lépe reagovat na požadavky praxe než velké moly univerzit. Máme i dvě studentky, které z tohoto důvodu přešly k nám. Říkaly, že tam si jich nikdo nevíšimal, zatímco tady se připravují v malých studijních skupinkách. Pedagogové každého znají jménem, přístup ke studentům je rodinnější. Ti, kteří pokračují dál na některé z veřejných škol, nás prosí, abychom zavedli magisterské studium, protože chtějí pokračovat na škole tohoto typu.

S JAKÝM TITULEM ABSOLVENTI KONČÍ STUDIUM?

Máme akreditovaný tříletý bakalářský program v oboru ekonomika a management v zařízeních cestovního ruchu, hotelnictví, gastronomie a lázeňství. Zakončujeme však přípravu navazujícího magisterského studia na dva roky, absolvent pak získá titul inženýr.

JISTĚ SE RÁDA SETKÁVÁTE S ÚSPĚŠNÝMI MANAŽERY A PODNIKATELI, KTEŘÍ PROŠLI VAŠÍ ŠKOLOU...

Ano, a svědčí to o našem důrazu na kvalitu a vztah k praxi. Každý předmět má svého pedagoga, který vyučuje pouze jediný předmět. Zaměstnáváme řadu lidí z praxe, kteří patří ke špičce v daném oboru. A tu „třetí nohu“ tvoří jazyky, což považují za další doménu této školy.

BEZ DOBRÉ JAZYKOVÉ VÝBAVY SI SOTVA LZE CESTOVNÍ RUCH PŘEDSTAVIT. JAK OMEZENÉ ČI NEOMEZENÉ JSOU VAŠE MOŽNOSTI VÝUKY?

Kromě angličtiny, která je u nás hlavní jazyk, máme povinné i další dvě světové řeči. Může to být němčina, francouzština, španělština, italština, ruština, o níž je mimořádně velký zájem v poslední době, arabština, čínština. Stačí, aby se sešli tři zájemci a zavedeme pro ně další jazyk, což jen dokládá individuální přístup ke studentům, kterým se naše škola pyšní.

STÁLA JSTE U ZÁKLADŮ ŠKOLY?

Škola dostala akreditaci od ministerstva školství v srpnu roku 2000. Od počátku jsem vyučovala marketing, management a geografii cestovního ruchu a v dubnu 2002 jsem byla pověřena, abych se ujala vedení. Je to už více než šest let. Když jsem nastoupila, trochu jsem přepracovala akreditaci, protože byla příliš tradiční. Například jsme tu měli dvousemestrální klasickou matematiku. Položila jsem si otázku, zda absolventi pracující v hotelnictví budou potřebovat ovládat derivaci, limity, průběhy funkcí a integrály. ▶



Doc. Ing. Věra Seifertová, CSC.



SPOLEČNOST JEMČA UVÁDÍ NA TRH NOVOU ŘADU JEMČA EXCLUSIVE, KTEROU TVOŘÍ DEVĚT VARIANT KVALITNÍCH ČAJŮ. VYCHUTNAT SI MŮŽETE ČAJ OOLONG, ČAJE OVOCNÉ, ZELENÉ A BÍLÉ V ZAJÍMAVÝCH CHUŤOVÝCH KOMBINACÍCH, KTERÉ JSOU NA ČESKÉM TRHU JEDINEČNÉ. NOVINKA OD JEMČI NAVÍC POTĚŠÍ STYLOVÝMI OBALY. ČESKÁ ČAJOVÁ JEDNIČKA JEMČA TAK PŘEDSTAVUJE ZCELA NOVOU TVÁŘ.



JEMČA A NOVÁ ŘADA ČAJŮ

Ovocné čaje Jemča EXCLUSIVE jsou čaje vysoké kvality s vysokým obsahem vitamínů a dalších tělu prospěšných látek. Při jejich výrobě se používá unikátní technologie, která pomáhá zachovávat přirozené vlastnosti ovocné složky. Díky ní tedy ovocná vůně a chuť přetrvává ještě dlouho po přípravě čaje. Ovocné čaje lze pít teplé i studené, jsou vhodné pro zdravé osvěžení. Řada Jemča EXCLUSIVE je nabízena ve čtyřech variantách – TŘEŠEŇ, PING GRAPEFRUIT, POMERANČ SE SKOŘICÍ a MARACUJA S MULTIVITAMINEM.

Tradice pití zelených čajů sahá daleko do historie a stejně tak dlouho jsou známé jejich zdravé prospěšné účinky. Během výroby zelených čajů nedochází k procesu vadnutí a fermentace, ale naopak se v lístcích čaje ničí parou nebo přímým žářem fermentační enzymy a až poté probíhá svinování a následuje sušení a třídění. Zelené čaje řady Jemča EXCLUSIVE si můžete vybrat ve dvou variantách – ZELENÝ ALOE A JABLKO a ZELENÝ S BRUSINKAMI.

Bílý čaj patří k méně známým čajům, ale zároveň k těm nejlahodnějším. Vyrábí se totiž z nejmladších a nejvyšších

lístků a pupenů čajovníku. Jeho výroba je velmi složitá. Čajové lístky se sbírají během krátké doby před obdobím dešťů. Neprocházejí mechanickým zpracováním ani fermentací, pouze se suší na slunci nebo na ohni, takže si uchovávají chuť a chemické látky obsažené v čerstvém čaji. Bílé čaje proto nevykávají barvou (ta je lehce nazelenalá nebo nažloutlá), ale plnou chutí. Nová řada Jemča EXCLUSIVE nabízí dvě varianty bílých čajů – BÍLÝ S MANGEM a BÍLÝ S MANDARINKOU.

Čaje oolong jsou mezi znalci ceněny pro svoji intenzivní sladkou vůni a lahodnou chuť. Název oolong pochází z čínského slova Wu lung, což znamená Černý drak. Sběr lístků na výrobu oolongu musí proběhnout v okamžiku jejich plné zralosti, pak se nechávají zavadnout na přímém slunci. Další postup výroby je podobný jako u černých čajů, ale proces fermentace probíhá pouze částečně. Fermentace tak zasáhne pouze okraje čajových lístků a zbytek neporušené buněčné struktury si zachovává přírodní polyfenoly (antioxidanty). Jemča EXCLUSIVE nabízí čaj OOLONG S KARAMELEM. (tz)

- Pochopila jsem, že tudy cesta nevede a změnila výuku tohoto předmětu na jednosemestrální matematiku pro praxi. Vynikající Dr. Hykšová ji učí na konkrétních příkladech, například když si vezmou auto na leasing, kolik zaplatí navíc...

...TO JSOU VLASTNĚ KUPECKÉ POČTY NA VYŠŠÍ ÚROVNI.

Jistě; a mohu vám říci, že matematika pro praxi se stala jedním z nejoblíbenějších a nejlépe hodnocených předmětů.

DOZVĚDĚL JSEM SE O TOM, ŽE JSTE UPRAVILI FINANČNÍ PODMÍNKY STUDIA. JAK?

Zřizovatel stanovil pro školu vysoké cíle a tomu odpovídá i vysoké školné. Soukromé vysoké školy, jako je naše, nedostávají žádné dotace, ale přednášející špičkové odborníky musí dobře zaplatit. Vzhledem k rostoucí konkurenci škol jsme se však rozhodli snížit školné. U kombinovaného studia to činí 20 tisíc Kč za rok. Účastníci prezenčního studia mohou získat bonus pro nejlepší studenty, pokud docílí prospěch do 1,3. Jim se sníží školné o 30 tisíc.

JAK HODNOTÍTE ÚROVEŇ CESTOVNÍHO RUCHU, HOTELNICTVÍ A LÁZEŇSTVÍ V ČESKU?

Jsem přesvědčena, že se vůbec nelišíme od zemí s vyspělým tržním hospodářstvím, ale naše možnosti stále ještě neumíme plně využít. Ve službách jsou spolutvůrci vždy lidé, na nich spočívá spokojenostech hostů. Tady máme ještě velké rezervy a to se snažíme našim studentům vštěpovat.

ptal se Pavel Kačer

Je těžké neochutnat!

První česká čokoláda s konopným semínkem

- ✓ **Báječná chuť**
- ✓ **Netradiční ingredience**
- ✓ **Kvalitní výběrová čokoláda**
- ✓ **Obsahuje omega⁶ a omega³ mastné kyseliny**
- ✓ **Posiluje imunitní systém**
- ✓ **Neobsahuje lepek**



Konopné semínko má vysokou výživovou hodnotu a obsahuje velké množství esenciálních látek, které naše tělo potřebuje k dosažení optimálního zdraví. Látky obsažené v konopném semínku mají protizánětlivé účinky, podporují obranyschopnost organismu, snižují hladinu krevního tuku a cholesterolu v krvi. Konopné semínko má řadu dalších zdravých prospěšných účinků, neobsahuje žádné psychoaktivní látky a jeho konzumace je plně v souladu s trendem zdravé výživy.

Carla

A CO DĚTI? MAJÍ SI KDE HRÁT?

KAŽDÁ MÁMA SI PŘEJE PRO SVÉ DĚTI JEN TO NEJLEPŠÍ. PROTO JSOU MAMINKY TAK ZNEPOKOJOVÁNY ZPRÁVAMI O NEBEZPEČNÝCH HRAČKÁCH, DĚTSKÝCH ZAŘÍZENÍCH A DALŠÍCH VÝROBCÍCH OHROŽUJÍCÍCH ZDRAVÍ NEJMENŠÍCH, KTERÉ OBČAS PRONIKNOU NA TRH. O TO, ABY SE MOHLY CÍTIT BEZPEČNĚ DOMA, NA HŘIŠTÍCH I VE ŠKOLE, SE STARÁ ZKUŠEBNÍ ÚSTAV LEHKÉHO PRŮMYSLU. VYPLÝVÁ TO Z NAŠEHO ROZHOVORU S ŘEDITELKOU ING. BOHUSLAVOU FOŘTOVOU.

OTÁZKY JSOU UŽ V TITULKU NAŠEHO ROZHOVORU. DĚTSKÁ HŘIŠTĚ A PÍSKOVIŠTĚ SICE NEPATŘÍ K ŽÁDNÝM NOVINKÁM, PROŠLA VŠAK V POSLEDNÍCH LETECH ZMĚNAMI TAKŘKA K NEPOZNÁNÍ. PROMĚNILA SE VE PROSPĚCH NAŠICH DĚTÍ?

Záleží na přístupu města nebo obce. Uplatňování nových norem pro dětská hřiště se setkala s různými ohlasy. Ten správný byl, že se provozovatel zamyslel nad současným stavem dětských hřišť, která má ve správe, s pomocí odborníků, případně sám podle norem je posoudil a rozhodl o dalším postupu. Opravdu nebezpečných zařízení nebylo tolik. Důležitější bylo zavést pořádek. Opravit stávající zařízení dětských hřišť, neopravitelná odstranit, zvážit potřebný počet a strukturu hřišť, složitost a náročnost zařízení s přihlédnutím ke konkrétní lokalitě. Od r. 1999, kdy u nás norma pro zařízení dětských hřišť vstoupila v platnost, mnohé magistráty a obce umožňují dětem všech věkových kategorií bezpečnou hru na původních i nově postavených hřištích. Vybudováním hřiště nebo jeho opravou, ale činnost provozovatele nekončí. Musí si uvědomit, a to je mnohdy kámen úrazu, že péče o dětské hřiště je činnost trvalá. Předpokládá pravidelnou kontrolu ve třech stupních (běžnou, provozní, roční) a odpovídající údržbu. V případě nejmenších dětí je třeba klást důraz na hygienu, to je, vzhledem k lidskému faktoru, mnohdy velký problém. Mnoho provozovatelů se obává pískovišť pro malé děti. Vcelku oprávněně, protože požadavky vyhlášky Ministerstva zdravotnictví České republiky, platící současně s normou pro zařízení dětských hřišť, jsou náročné. Jejich splnění je ale otázkou nejen pro provozovatele. Větší podíl leží na přístupu veřejnosti, na tom, aby v pískovišti nekončily odpadky, nedopalky cigaret a další nepatřičnosti. A tady mají svůj podíl na nepoužitelnosti zařízení mnohdy i maminky a tatínkové, pro které jsou základní požadavky na pořádek a čistotu věcí neznámou. Faktem je, že v oblasti dětských hřišť

je v mnoha případech uděláno hodně. Mnohem větší kus cesty nás ale ještě čeká. To, co dělají správně v mnoha městech a obcích, není ani zdaleka pravidlem všude, a záleží jen a pouze na přístupu lidí, kteří mají tuto oblast na starosti.

A JAK JSTE SPOKOJENA S VYBAVENÍM DĚTSKÝCH POKOJŮ A OBYDLÍ PRO MLADÉ LIDI PŘÁVĚ S OHLEDEM NA POTŘEBY NEJMENŠÍCH ČLENŮ RODINY?

Nabídka dětského nábytku na trhu je pestrá. Otázkou zůstává, zda nabízený sortiment je kvalitní, bezpečný a zdravotně nezávadný. Do dětského pokoje patří nábytek z rostlého dřeva, dokončený zdravotně nezávadnými dokončovacími materiály. Pokud já, jako zákazník, si chci být jistá, že kupuji bezpečný a zdravotně nezávadný nábytek, požádám prodávajícího o předložení certifikátu nebo atestu, vztahujícího se k danému typu nábytku. Většina českých výrobců, kterým jde o zákazníka, tento certifikát či atest má.

Prvním kusem nábytku, který mladá rodina svému potomkovi pořizuje, je dětská postýlka. Tady by měl být atest o shodě výrobku s požadavky technické normy samozřejmostí. V současné době platí technické normy, i když nezávadné, které obsahují bezpečnostní požadavky jak na nábytek obecně, tak i nábytek dětský (dětské postýlky, dětské vysoké židle, patrové postele atd.).

NEJEN KDE, ALE TAKÉ S ČÍM SI MAJÍ DĚTI HRÁT, ABY HRAČKY ROZVÍJELY JEJICH TVŮRČÍ SCHOPNOSTI A NIJAK JE NEOHROŽOVALY NA ZDRAVÍ?

S hračkami, které kromě splnění základních požadavků na bezpečnost a zdravotní nezávadnost mají i něco navíc. To „navíc“ je hledisko výchovné podporující tvořivost dítěte, rozvíjející dětskou fantazii, a to, co nutí dítě k přemýšlení a získávání dovedností. Je pravdou, že takových hraček na našem trhu zas tak moc není, ale jsou. A jsem přesvědčena, že budou přibývat, pokud splní požadavky „Směrnice s kritérii pro hodnocení bezpečnosti a kvality hraček“ a získají právo být označeny značkou „Bezpečná a kvalitní hračka“.

PŘÁVĚ TOTO JE VAŠE VÝZNAMNÁ AKTIVITA...

Hračky jsou výrobky určené ke hraní dětem do 14 let a vzhle-



Ing. Bohuslava Fořtová (vpravo) předává ocenění Janě Malé, předsedkyni Moravské ústředny Brno, d.u.v., přednímu českému výrobcí bezpečných a kvalitních hraček

- dem k tomu, že cílovou skupinou uživatelů jsou děti, je jejich bezpečnosti věnována velká pozornost. Hračky jsou stanovenými výrobky, u kterých musí být před uvedením na trh provedeno posouzení shody a na hračky musí být umístěno označení CE. Na trhu by měly být pouze hračky označené CE – tedy bezpečné. Že tomu tak není, se můžeme přesvědčit na stránkách systému rychlého varování RAPEX i ze zpráv České obchodní inspekce v našich sdělovacích prostředcích. Neustále se množí dotazy na to, jak lze poznat bezpečnou hračku, nás vedly k vytvoření značky „Bezpečná a kvalitní hračka“. Tato značka je jednoduchým vodítkem pro rodiče, kteří hledají pro své dítě kvalitní, bezpečnou a zdravotně nezávadnou hračku.

TRH NABÍZÍ I SPOUSTU NEJRŮZNĚJŠÍCH ŠKOLNÍCH POTŘEB PRO ŽÁKY ZÁKLADNÍ ŠKOLY. CO ŘÍKÁTE ÚROVNI TĚCHTO VÝROBKŮ Z TUZEMSKA A DOVOZU?

Z nabídky školních potřeb se do zkušebny dostanou pouze psací prostředky pro školáky českých výrobců i výrobců zahraničních, kteří vyrábějí v České republice. Zkoušíme zdravotní nezávadnost inkoustů, tuh a plastů použitých k jejich výrobě a zdravotní nezávadnost dokončujících materiálů psacích prostředků vyrobených ze dřeva (pastelky, grafitové tužky) dle požadavků technických norem na hračky. Psací prostředky, které požadavky splní, obdrží certifikát. Školní potřeby nejsou stanovenými výrobky, a tudíž není povinnost je označovat značkou CE.

S ČÍM JSTE SI HRÁLA JAKO DÍTĚ?

Už si moc nevzpomínám. Vyrůstala jsem na vesnici, a tak jsem většinu času strávila v přírodě, pobytem na čerstvém vzduchu.

připravil Pavel Kačer ☞



Prosperita

Prosperita? Především!
Nic jiného neřeším.

Váš webdesign

Vyrobíme webové stránky nejlépe vyhovující vašemu podnikání nebo činnosti. Našími hlavními přednostmi jsou: kreativní design a rychlost samotné výroby i provádění aktualizací. Dbáme na precizní naprogramování, které mimo jiné zaručuje také rychlé načítání v prohlížečích.

Zabýváme se rovněž tvorbou interaktivních řešení. Do nových stránek například budujeme poptávkové a objednávkové formuláře nebo systém pro fungování newsletteru. Kontaktujte nás kdykoli. Poskytujeme komplexní řešení, dovedeme vás k úspěšné prezentaci.

Poskytovatel RIX, s.r.o., Ocelářská 2274 /1, 190 00 Praha 9
Telefon: +420 606 615 609 , fax +420 284 689 063
info@prosperita.info, www.prosperita.info

Dotkněte se reality

Internet a design





SEAT

auto emoción

“Jsme si jistí, že pro skvělé jízdní vlastnosti nové Ibizy jsme udělali maximum. A ručíme za to vlastním tělem.”



auto emoción

Corina Baini, Jonás Monleón, Javier Gómez, Mireia Bonilla, Ana María Gallego, Jessica Rayo, SEAT – technické oddělení. Tisíce hodin, které strávili naši konstruktéři a designéři při navrhování nové Ibizy, přinesly více než očekávaný výsledek. Nejlepší Ibiza všech dob je unikátním propojením skvělého designu a špičkových technologií včetně nejnovějšího podvozku koncernu VW pro skvělý pocit z jízdy. A bezkonkurenční ceny rozsáhlé příplatkové výbavy vám umožní užívat si věci, na které byste jinde nedosáhli.

NOVÝ SEAT IBIZA. SPOJENÍ KRÁSY A TECHNOLOGIE.

Sestavte si svou Ibizu na www.seatibiza.cz a vyhrajte!

SEAT – ČLEN VOLKSWAGEN GROUP



Spotřeba a emise CO₂: 4,5–6,6 l/100 km, 119–157 g/km

SEAT Info-line 800 130 303

www.seat.cz