

Madam Business®

říjen 2008

Žena, která se neztratí

SIESTA

Jaroslav Holoubek

Co z modrých ryb
co do vody když plápolá?
Co do tebe
když v písku spíš?

Vymýšlím si moře počkej chvíli
Jen co si vymyslím hory
odejdu do nich
a celé moře ti nechám

**str. 1, 10–12 Mám dva stoly, na jednom stojí
šicí stroj a na druhém notebook a knížky**

► **rozhovor s JUDr. Ing. Janou Ammerlaan, náměstkyní generálního
ředitele, vedoucí úseku právního a mezinárodních vztahů, EGAP**

str. 8–9 Abychom mohli vyjít se životem

str. 14–15 Strategie musí být živá

STUDIO 4 BEAUTY

Otevírací doba: Po–Pá: 9:00–19:00
Objednávky na čísle: +420 732 282 356

Budte krásná za všech okolností!

Nemáte-li na sebe čas, my si ho uděláme.

Přesvědčte se o našich možnostech co nejdříve!

www.studio4beauty.cz

Navštivte nás na adrese: Studio 4 beauty, Ve Smečkách 28, Praha 1

ZÁKAZNÍCI PRODEJEN HYPERNOVA SI MOHOU KOUPIP PRVNÍ PRODUKT S OZNAČENÍM FAIR TRADE. STALY SE JÍM RŮŽE, KTERÉ POCHÁZEJÍ Z RŮZNÝCH AFRICKÝCH ZEMÍ. KOUPENÍM TĚCHTO RŮŽÍ TAK MOHOU UDĚLAT RADOST BLÍZKÉMU ČLOVĚKU A ZÁROVEŇ PODPOŘÍ VZDÁLENÉ AFRICKÉ FARMÁŘE. CO VLASTNĚ FAIR TRADE ZNAMENÁ A CO JE NA TAKTO OZNAČENÝCH PRODUKTECH FÉR?

KRÁLOVNA KVĚTIN

je v Hypernově fér

Fair Trade neboli spravedlivý obchod můžeme jednoduše přiblížit jako alternativní obchodní partnerství. Jeho hlavním cílem je přímá a účinná podpora znevýhodněných výrobců z rozvojových zemí. Vše vychází z myšlenky dát lidem z rozvojových zemí šanci vymanit se vlastními silami ze své životní situace a prostor pro její vylepšení. „Jsme rádi, že právě královna květin, jak je růže často nazývána, je naším prvním produktem s označením Fair Trade. Naši zákazníci tak mají v tomto případě šanci podpořit tento ekonomický model a situaci v rozvojových zemích,“ vysvětlil Libor Kytýr, ředitel komunikace prodejen Albert a Hypernova. Zákazníci prodejen Hypernova si mohou růže zakoupit ve svazku po deseti kusech za cenu 49,90 Kč.

Celosvětový projekt Fair Trade je založen na několika klíčových podmínkách, které se snaží řešit situaci v zemích, které se potýkají s problémy. „Naše růže s označením Fair Trade konkrétně pocházejí z různých afrických zemí. Jedná se o Zambii, Keňu a Zimbabwe,“ zmínil Libor Kytýr. Projekt výrobcům z rozvojových zemí vytváří spravedlivé podmínky pro jejich činnost a garantuje jim, že dostanou za své produkty spravedlivě zaplacenou cenu. To znamená, že odkupní cena surovin je předem nastavena a nepodléhá tak výkyvům trhu.



Projekt též stojí na dodržování základních norem pracovního práva, ochrany životního prostředí a na zvyšování povědomí o situaci malých zemědělců a řemeslníků z rozvojových zemí. Konkrétně se projekt zaměřuje na problémy, se kterými se výrobci v těchto zemích často potýkají. V současnosti je do Fair Trade zapojeno půl druhého milionu pěstitelů, zemědělských pracovníků a řemeslníků celkem z 58 zemí Afriky, Asie a Latinské Ameriky.

„Růže, které nabízíme v prodejnách Hypernova, jsou v současné době prvním produktem s označením Fair Trade v našich prodejnách. Zákazníci si však mohou koupit produkt s podobným označením,“ dodal Libor Kytýr. Jedná se o mletou kávu z řady privátní značky Albert Quality, která má označení UTZ Certified. To vychází ze stejných principů. Projekt UTZ CERTIFIED výrazně pomáhá zpracovatelům kávy a jejich rodinám, pocházejícím většinou z rozvojových zemí, zlepšovat jejich sociální a kulturní podmínky. Zároveň podporuje šetrný přístup k životnímu prostředí v oblasti zpracovávání kávy. V roce 1999 vznikla nezávislá nezisková organizace UTZ KAPEH (dnes UTZ CERTIFIED), která sdružuje světové výrobce a zpracovatele kávy, mezinárodní organizace a civilní společnost. Jedním z prvních iniciátorů tohoto projektu byla společnost AHOLD Coffee Company.

(tz)

Alza.cz každý den – všech dam velký sen

Největší internetový obchod na našem trhu, společnost Alza.cz, nabízí svým zákazníkům širokou škálu nadstandardních služeb. Alza.cz je průkopníkem v obchodování na internetu. Neustále hledá nové způsoby, jak uživatelům obchodování zjednodušit a zpříjemnit.

Zboží zakoupené u Alza.cz si můžete okamžitě vyzvednout přímo v pražské prodejně, a to sedm dní v týdnu od osmi do osmi. Pokud si necháte zboží dopravit až domů, garantuje vám Alza.cz doručení po Praze do 4 hodin, po České i Slovenské republice do 24 hodin.

Unikátní službou v pražské prodejně i na pobočkách jsou speciální platební automaty – tzv. ALZA PAYBOX, které mohou velice zjednodušit a urychlit průběh nákupu. Jsou on-line navázány na prodejní systém, a pokud chce zákazník pouze zaplatit objednané zboží, bez dalšího zdržování jej „obslouží“, přijmou hotovost, správně vrátí a vytisknou výdejní lístek opravňující k odběru zboží ve skladu.

Další novou službou, která vznikla na přání zákazníků, je ALZA VÝJEZDOVKA. Jde o službu fungující na území

hl. města Prahy, kdy přímo k vám domů nebo kanceláře přijede technik a pomůže vám s problémy, které neumíte vyřešit nebo k jejich řešení nemáte čas či náladu. ALZA VÝJEZDOVKA je také cenově výhodná. Za výjezd zaplatíte 600 Kč bez ohledu na náročnost servisu. Pouze pokud by práce technika přesáhla 30 minut, účtuje se 150 Kč za každých dalších 15 minut. Technici VÝJEZDOVKY jsou schopni řešit širokou škálu problémů, od zapojení nové televize až po instalaci ovladačů či konfiguraci internetového připojení.

Službou zavedenou na přání zákazníků je také ALZA INDIVIDUAL. Jde o nabídku sestavení počítače přímo na míru, tedy podle přání.

Mezi standardní služby již dlouhodobě patří široká škála možností nákupu zboží na splátky, úvěry pro firmy, on-line reklamace apod.

V současné době nabízí internetový obchod Alza.cz více než 16 000 různých produktů od 460 značek a v roce 2007 vykázal více než 512 000 vyřízených objednávek.

(tz)

PROFESIONÁLNÍ ASISTENTKA

aneb každé povolání má své...

V ČESKÉ REPUBLICE SE DOSUD NA ADMINISTRATIVNÍ A ASISTENSKÉ POZICE NAHLÍŽELO JAKO NA NEZAJÍMAVÉ, PŘECHODNÉ, MÉNĚ DŮLEŽITÉ, NEBO DOKONCE PODŘADNÉ. TĚŽKO ALE BUDEME HLEDAT SPOLEČNOST, KTERÁ SE OBEJDE BEZ PŘÍJEMNÉ, KOMUNIKATIVNÍ A VZDĚLANÉ ASISTENTKY A EFEKTIVNÍ, PRUŽNÉ A BEZCHYBNĚ FUNGUJÍCÍ VNITROPODNIKOVÉ SPRÁVY.

Na podporu prestiže a vyšší profesionální úrovně pracovníků na náročných asistentských a administrativních pozicích vznikla Asociace Profesionálů v Administrativě – TOPasistentka o. s., zkráceně APA.

Její zakladatelé se inspirovali úspěšnými příklady ze zahraničí, kdy např. v USA byla již v roce 1942 založena asociace „National Secretaries Association“, která působí dodnes pod zkratkou IAAP. Ta již v padesátých letech 20. století založila program pro určení standardů kvality v administrativě – CPS, resp. CAP. Česká APA se stala členem IAAP v květnu 2008.

Do světa se rozšířil také u nás zatím méně známý svátek – Den Asistentek – který se v USA slavil poprvé již v polovině minulého století.

Prezident APA, Jan Poledník, řekl: „Rozhodli jsme se následovat skvělé zkušenosti partnerů ze zahraničí a založit rozsáhlý projekt, který je určen všem ženám a mužům se zájmem o problematiku moderní administrativy a mají chuť zvýšit svoji hodnotu pro sebe samé, pro svého zaměstnavatele, i na trhu práce vůbec.“

APA nabízí svým členům množství hmotných i nehmotných výhod, vzdělávání a účinnou podporu v otázkách spojených s výkonem profese. „Nabízíme i pomoc v obtížných životních situacích spojených s opětovným nastartováním kariéry po mateřské dovolené, s možnostmi práce na půl úvazku, nebo uplatněním osob se sníženou pracovní schopností. Administrativu vnímáme jako základní a velmi důležitou platformu pro jakýkoliv další kariérní postup. Jedná se o natolik široké spektrum zajímavých aktivit, že poctivě vykonávaná a designovaná administrativní pozice musí zákonitě každému pracovníkovi přinášet uspokojení a další perspektivy,“ dodal.

více na www.topasistentka.cz

(tz)

APA vyhlásila celostátní soutěž TOPasistentka ČR

APA je mimo jiné také vyhlášovatelem a pořadatelem celostátní soutěže TOPasistentka ČR, jejíž první ročník bude odstartován na podzim tohoto roku, jako prestižní ocenění pro administrativní pracovníky.

Asociace Profesionálů v Administrativě – TOPasistentka o.s. – není určena pouze jednotlivcům. Nabízí svou pomoc, konzultační a „tailor-made“ vzdělávací služby i firmám tak, aby jejich týmy dosahovaly jednotné vysoké profesionální úrovně při plnění náročných úkolů. APA zajišťuje spolupracujícím firmám i bezplatnou inzerci administrativních pozic nebo zvýhodněné využití služeb specializované personální agentury.

Hlavním realizátorem celého projektu APA je profesní internetový server www.asistentka.cz za spolupráce s www.manualzeny.cz.



*To nejzdravější
z přírody*



Biopotraviny

- vhodný životní styl
- nová cesta ke zdraví
- vaše lepší já

Maloobchodní řetězce COOP TUTY, COOP TIP a další vybraná maloobchodní síť prodejen COOP vám od konce minulého roku v rámci nového projektu BIO COOP nabízí téměř 75 druhů biovýrobků. Prodejny s tímto sortimentem jsou označeny samolepkou s logem Bio COOP a sloganem „To nejzdravější z přírody“.



Říjen v nás

Nevím proč, ale spousta lidí v říjnu posmutní. Ještě více jich začne hartusit na počasí, vadí jim, že je méně sluníčka, že skončily dovolené, že začala dětem škola a že je potřeba se halit do svetrů a bund, jinak myslet na šatník než v červenci, kdy se člověk neobléká, ale spíše svléká.

Málokdo si však libuje v tom, že je přepestrý výběr ovoce a zeleniny, že jsou na zahradách šťavnatě vybarvená jablka, že přírodní malíř začíná myslet na barvy smíšených lesů a že první zatopení v krbu přináší s sebou pohodu, kterou všichni milujeme.

Jsou i tací, kteří se už začali trápit Vánoce a naříkat na to, že neví, co mají komu pod stromeček koupit, a že představa pečení cukroví je naprosto ničím stejně jako pomýšlení na utrápeného kapra, kterého je navíc potřeba sníst. Dámy bědují, co s ložskou módou, a vzdychají, že nemají čas šmejdít po butikcích či obchodních centrech a zkoušet, který kabát jim padne jako ulitý. Pánové mají zase starosti, kdy stihnou zimní obutí aut nebo zazimování domácího bazénu...

Ale chyba lávky. Myslím si, že zejména říjen je takovým bezvadným měsícem, který by nás měl jenom těšit. Vždyť předěluje nálady typicky letní, kdy dozívají v našich duších prázdniny a kdy se noříme do běžnějších celoročních starostí, a to je vždy tak trochu romantické. Také už počítáme s nutností soustředit se na vše, co má být vykonáno. Nenastal ještě dušičkový a plískanicový listopad, ani se tak rychle neblíží usháněný prosinec. Máme období roku, kterému lidstvo přisoudilo číslo deset, a to mnohé znamená. I prostor důkladně se připravit na závěr roku, abychom už jednou jedinkrát byli klidní a vyrovnaní.

Domnívám se, že z nás musí zákonitě proudit množství energie, kterou jsme ze zlatých paprsků nedávno nasbírali, právě do těch všech povinností, které nás do konce roku 2008 ještě neminou. Tuším, že každého z nás čeká mnoho příjemných věcí, úkolů, výzev, vztahů i nových vizí. Měli bychom se na ně těšit, všechno nám to půjde pěkně od ruky. Budeme mít radost, že se daří vše, nač sáhneme. Nebudme tedy navzájem ve stresu, naštvání, smutní. Budme veselí, radujme se.

vaše Eva Brixí

Radox a minerální koupelové pěny

Radox přichází s novinkami – tentokrát představuje dva koncepty koupelových pěn – bylinné pěny obohacené o řadu dalších bylinek a úplnou novinku – minerální pěny.

Pěny Radox jsou na českém trhu více než 10 let a své know-how si drží více jak 100 let. Pro svůj inovativní přístup a bohaté portfolio se značka Radox stala jedničkou na českém trhu.

Koupelové pěny dostaly nový obal, který je ergonomicky tvarovaný pro lepší uchopení a na boku lahvičky je vylišováno logo Radox.

Na každém obalu koupelových pěn Radox naleznete ikonu bylinek a minerálů, která zaručuje kvalitní složení výrobku.

„Pěny Daily Elements jsou první minerální pěny na trhu, jejichž základem nejsou pouze bylinky. Obsahují přírodní složky jako mořskou sůl, minerály, bílý jí, drcené perly, řasy, vitaminy apod.“ uvedla Jana Šlapáková, brand manažerka značky Radox. (tz)

MŮJ, ALE PRACOVNÍ ČAS

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

Ing. Blanka Růžičková
tisková mluvčí, Unipetrol

Po pravdě řečeno, všechno nestíhám. Přínejmenším ne tak, abych zvládala úplně vše, a zároveň tak, aby to bylo vždy dokonale a sto procentně podle mých představ. Aby ten zbytek stál za to, odkládám méně podstatné nebo to, co ještě může počkat. Takže vybírám priority, přeskupuji program úkolů a aktualizuji ho podle momentální situace, což dělám prakticky neustále. Postupně jsem se smířila například s tím, že nebudu mít doma perfektně uklizené a třeba šatník kompletně obměním, až bude trochu víc času. Nebo že novou, hezčí zahrádku založím až příští rok. Není sice na jedničku, sto procentně upravená a architektonicky vyvážená, ale stejně tam od jara pořád něco kvete.



OTÁZKA PRO ŠIKOVNÉHO MUŽE

CO VÁS NA PODNIKATELKÁCH A MANAŽERKÁCH FASCINUJE?

Ing. Radek Novotný
generální ředitel Whirlpool CR, spol. s r.o.

Úděl žen v české společnosti ve srovnání s možnostmi západních zemí není tak jednoduchý, vyplývá to z postavení ženy u nás. Pokud se však dokáží prosadit a být úspěšné v kombinaci se vším, co ještě musí zvládnout, je to úžasné. Velký díl své energie věnují rodinným záležitostem, kterým se navíc chtějí věnovat, a když jsou k tomu schopné vést vlastní firmu nebo řídit obchod mezinárodní korporace, je to hodné velké úcty. Obdivuji tedy to, že dokáží stát na dvou březích jedné řeky – a ještě se k tomu na nás usmívají.



Do cukrárny Myšák

Práce na obnově nejznámější prvorepublikové cukrárny Myšák v pražské Vodičkově ulici se blíží ke svému konci. Protože jde o cennou historickou budovu, byla rekonstrukce složitá i kvůli požadavkům na maximální zachování všech originálních prvků nebo na dokonalost replik.

Zrestaurovány byly také mozaiková („piškovatová“) podlaha v přízemí, malby na stropě, mramorové schodiště a dřevěné niky. Vybavení cukrárny je nové – například pulty a bary byly vyrobeny v Itálii, židle a stoly vznikly v ČR. Rekonstrukce jak stavebních částí, tak vybavení cukrárny vycházela z dobových fotografií, protože jiná dokumentace neexistuje. Majitel objektu dokonce podal inzerát a pokusil se tak získat původní zařizovací předměty jako zrcadla, svítidla, židle, paravány, obrazy, ale byl neúspěšný.

Když se ohlédneme zpět do historie, zjistíme, že budovy ve Vodičkově ulici č. 710 koupil v roce 1910 dnes proslulý cukrář pan František Myšák. Původní neorenezanční budovu, která vznikla v roce 1883, nechal přestavět v roce 1922 světoznámým stavitelem a inženýrem Josefem Čapkem. Dům tak získal svou rondokubistickou fasádu z červených pemřovaných cihel. Rondokubistická je nejen fasáda, ale i výklady, vnitřní prostory a štuková výzdoba v 1. poschodí. Cukrárna bude mít 3 patra, v nejnižším bude příprava zákusků. Myšák bude bezbariérový. Cukrárna si pronajala společnost ICE Art, otevřít se chystá ve druhé polovině října. (tz)



Tiráž: Prosperita Madam Business, vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 2, říjen 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. Tisk: Moravská typografie, distribuce: SP Agency, www.madambusiness.cz

KTEROU PIJETE VY?

KTERÁ KÁVA JE NEJLEPŠÍ? TATO OTÁZKA JISTĚ ZAJÍMÁ KAŽDÉHO. ODPOVĚĎ NENÍ JEDNOZNAČNÁ, NEBOŤ OBLÍBENÁ CHUŤ A VŮŇ JE VŽDY INDIVIDUÁLNÍ. NAVÍC ZPŮSOB PITÍ KÁVY A KÁVOVÉ RITUÁLY JSOU OVLIVNĚNY JEDNOTLIVÝMI TYPY KULTUR. KÁVU SI PŘIPRAVUJE KAŽDÝ TROCHU JINAK. NĚKDO SLADÍ, NĚKDO NE, NĚKDO PŘIDÁVÁ MLÉKO, JINÝ SMETANU. NĚKDO SI RÁD VYCHUTNÁVÁ KÁVU INSTANTNÍ, JINÝ ZASE PRAŽENOU.

Káva, kterou pijeme, jsou ve skutečnosti pražená semena kávovníku. Pod barevným obalem plodu rostliny se skrývá dužnaté oplodí a v něm jsou obvykle dvě semena v pergamenovém obalu. Nezralé plody kávovníku jsou zelené a zráním mění postupně svou barvu přes žlutou na červenou až temně fialovou. Barva a zralost plodů jsou pro kvalitu kávy velice důležité.

Na základě interních dat společnosti Sara Lee Czech Republic, a.s. došlo v meziročním srovnání oproti roku loňskému k celkovému růstu prodeje kávy, a to o 2,6 %. Stoupl převážně prodej instantní kávy, a to o 3,3 %.

Existují země, kde se téměř výhradně pije káva instantní, v jiných regionech naopak jen pražená. Podle průzkumu společnosti Opinion Window jsou Češi v konzumaci kávy pražené nebo instantní oproti jiným Evropanům poměrně nevyhranění. V České republice je téměř 50 % tzv. duálních spotřebitelů, tj. lidí, kteří pijí jak instantní, tak i mletou kávu. Nedávný výzkum společnosti Insites Consulting 2007 dále uvádí, že u své instantní kávy čeští zákazníci hledají aroma a chuť kávy mleté.

Především pro tyto spotřebitele, kteří mají rádi kávu mletou i instantní, uvedla značka Douwe Egberts na trh novinku Grand Aroma Instantní, která navazuje na nejprodávanější prémiovou mletou kávu Grand Aroma.

Historie instantní kávy není příliš dlouhá. Alespoň v porovnání s dobou, kdy byly objeveny účinky kávy a tato rostlina



se začala pěstovat, její plody sklízet a zpracovávat. Vzhledem ke své jednoduché přípravě si instantní káva velmi rychle získala značnou oblibu.

Výroba instantní kávy je ale daleko složitější než její příprava. Začíná tím, že je káva po upražení a namletí uvařena ve velkých válkách. Po vaření následuje odpaření velkého podílu vody. Výsledkem toho je velmi koncentrovaná káva, která je pak zpracována dvěma způsoby na kávu instantní. A to buď metodou sušení rozprašováním, nebo sublimačním sušením.

Proces sublimačního sušení byl vyvinut později než vysoušení rozprašováním. Díky sublimačnímu sušení vzniká káva lepší kvality, neboť se při něm ztrácí méně sloučenin, které se podílejí na chuti kávy. Zpracování trvá déle než sušení rozprašováním a je podstatně nákladnější. A jak celý proces výroby probíhá? Tekutý kávový koncentrát se zmrazí na teplotu asi -45 °C, a potom rozeleme na požadovanou velikost. Led je následně odstraněn sublimací systémem vysokého podtlaku. Teplota se postupně zvýší z -45 °C na -25 °C, čímž se ledové krystalky přemění přímo na plyn, aniž by prošly stadiem tekutosti. Při této metodě sublimačního sušení vzniká tzv. freeze dry směs, kterou spotřebitelé poznají podle světlých velkých granulí instantní kávy.

Právě metodou sublimačního sušení je vyráběna nová instantní káva Grand Aroma Instantní.

„Značka Douwe Egberts nabízí svým spotřebitelům novou instantní kávu, která navazuje na nejprodávanější prémiovou kávu Grand Aroma. Při tvorbě směsi této instantní kávy jsme kladli velký důraz na zachování intenzivního aroma a chuti, které mají spotřebitelé rádi u pražené kávy Grand Aroma,“ popsal Jan Sýkora, marketingový manažer značky Douwe Egberts.

více o kávě Douwe Egberts najdete na www.douwe-egberts.cz

O značce Douwe Egberts

Sara Lee Corporation, která vlastní značku Douwe Egberts, patří ke třem největším výrobcům kávy na světě. Na českém trhu nabízí mj. široký sortiment pražené (zrnkové, mleté) a instantní kávy. Portfolio značky je natolik pestré, aby uspokojilo veškeré milovníky kávy. Na českém trhu působí od roku 1992 její dceřiná společnost Sara Lee Czech Republic, a.s.

(tz)

Elektronicky v pohodlí

Kdysi se o internetu mluvilo jako o médiu budoucnosti, dnes se dá říci, že jde o médium současnosti, které má ale stále velkou budoucnost. Podle letošní studie Světového ekonomického fóra (WEF), připravované ve spolupráci s vědeckým a vzdělávacím institutem INSEAD a společností Cisco, patří Česko ve využívání informačních a komunikačních technologií na 36. místo ze 127 zemí světa.

Se stále běžnějším využitím internetu mezi českou populací také roste popularita internetových prodejen – e-shopů. Ačkoliv Češi stále ještě běžně na internetu nenakupují, počet spokojených zákazníků, kteří nákup přes e-shop vyzkoušeli, roste, a spokojení zákazníci se vracejí. Firmy na to reagují nabídkou zboží všeho druhu, úspěch ale rozhodně všechny nemají. Podle průzkumu společnosti Cetelem (Barometr Cetelem 2008) preferují Češi internetové obchody s vazbou na obchody kamenné. Známa značka je tedy určitou zárukou, kterou nakupující citlivě vnímá. „Měsíční počet návštěv v našem e-shopu je více než 500 000, což znamená, že od roku 2005 jsme zaznamenali 120% nárůst. Průměrná hodnota jedné elektronické objednávky je 2000 Kč a podíl internetu na celkovém obrátu společnosti dnes činí 35%,“ řekl ředitel společnosti Quelle Matthias Fink. V budoucnu chce

společnost Quelle internet ještě více podpořit – marketingovými i dalšími aktivitami. E-commerce také výrazně pomáhá bojovat s konkurencí například v oblasti slev. „Zatímco v kamenných obchodech stačí přecenit zboží a vyvěsit informaci o slevě, my musíme tisknout slevové katalogy. E-shop je v tomto mnohem pružnější,“ doplnil M. Fink.

Nabídku lepších cen si e-shopy mohou dovolit díky nižším nákladům (ve srovnání s obchody kamennými). Zákazníci oceňují kromě lepších cen nákup v pohodlí domova, bez front a bez nátlaku.

„V e-shopy hodně věřím. Rozhodně se nechystáme rušit tištěné katalogy nebo objednávky jinými cestami než internetovými, ale pokud budeme stále pociťovat tak výrazný nárůst online nákupů jako v minulých letech, určitě budeme e-shop významně posilovat,“ dodal M. Fink z firmy Quelle.

Dobrý e-shop musí splňovat několik důležitých faktorů – průzkum společnosti Cisco o elektronickém nakupování například ukázal, že evropské e-shopy jsou na tom ve srovnání s americkými daleko hůře. Jde především o jednoduchost a rychlost nákupu – zásadní je co nejnižší počet kliknutí, přehlednost a jasné informace. E-shop, který toto zvládne, má zelenou, to je také jeden z hlavních závěrů pro provozovatele českých internetových obchodů.

(tz)

PODZIM PATŘÍ K OBDOBÍ ROKU, KDY SE ČLOVĚK RADUJE Z ÚRODY – SKLÍZÍ SE JABLKA A HRUŠKY, ZELÍ, KVĚTÁK, BRAMBORY, NAPLNILY SE SÝPKY OBILÍM, PŘICHÁZEJÍ BARVY VINIC. PŘESTO MI DOVOLTE VRÁTIT SE NA KONEC SRPNA. VÝSTAVA ZEMĚ ŽIVITELKA S NÁRODNÍMI DOŽÍNKAMI NA VÝSTAVIŠTI ČESKÉ BUDĚJOVICE PATŘÍ UŽ NEODMYSLITELNĚ K VRCHOLŮM LÉTA. VZNIKLA V DOBÁCH BUDOVNÍ SOCIALISTICKÉ ZEMĚDĚLSKÉ VELKOVÝROBY A DOKÁZALA SE DOBŘE PŘIZPŮBIT NOVÝM SPOLEČENSKÝM A EKONOMICKÝM PODMÍNKÁM. ZA POPULÁRNÍ VÝSTAVNÍ AKCÍ JSOU LIDÉ, KTERÍ SE STARAJÍ O JEJÍ VYSOKOU ÚROVEŇ. NEJEN O TOM JSEM HOVOŘIL S ŘEDITELKOU VÝSTAVIŠTĚ ING. MARCELOU PAYEROVOU.

ČLOVĚK MEZI LIDMI

Výstaviště České Budějovice není jen pro Zemi živitelku

MÁTE ZA SEBOU NEJVĚTŠÍ VÝSTAVNÍ AKCI ROKU – ZEMI ŽIVITELKU. JAK JSTE SPOKOJENA S ÚČASTÍ NÁVŠTĚVNÍKŮ A PREZENTACÍ VYSTAVOVATELŮ NA JUBILEJNÍM 35. ROČNÍKU?

Zmíněný 35. ročník výstavy Země živitelka se vydařil. Prezentovali 673 vystavovatelé a obchodníci na celkové výstavní, obchodní a zvláštní předváděcí ploše 35 209 m². Podařilo se naplnit nomenklaturu výstavy v základních oborech, tj. zemědělská technika, rostlinná a živočišná výroba, potravinářství, služby, zemědělství. Zaznamenali jsme zvýšený zájem o moderní obory, jako jsou ekologické technologie, alternativní zdroje energie, rozvoj venkova, biopotraviny. Toto vše se prolínalo i v odborném doprovodném programu, který byl připraven ve spolupráci s ministerstvem zemědělství, ministerstvem pro místní rozvoj, Agrární komorou ČR, Spolkem pro obnovu venkova a dalšími. O tom, že se jednalo o aktuální témata, svědčí mimořádně vysoký zájem odborné i široké veřejnosti. Opět i tento ročník potvrdil, že je Země živitelka vhodným místem nejen pro prezentaci firem, působících v zemědělství a potravinářství, ale i místem pro setkávání široké veřejnosti, odborných i politických špiček ovlivňujících tento obor, ale i místem pro poskytování aktuálních informací.

SOTVA SE ZAVŘOU BRÁNY ZA LETOŠNÍ ZEMÍ ŽIVITELKA, ZAČÍNÁ SE PŘIPRAVOVAT JEJÍ DALŠÍ ROČNÍK. POČÍTÁTE PŘES VÍCEMÉNĚ USTÁLENOU PODOBU VÝSTAVY S VĚTŠÍMI NOVINKAMI?

Zaměření výstavy se zásadně nemění. Kromě tradičních oborů, jako je rostlinná a živočišná výroba, zemědělská technika, potravinářství, rozvoj venkova, družstevnictví, biopotraviny, se chceme zaměřit především na větší účast zahraničních firem i národních expozic. Rovněž chceme nabídnout v odborném doprovodném programu aktuální témata.

NA JAKÉ DALŠÍ AKCE BYSTE POZVALA HOSTY, ZEJMÉNA PODNIKATELKY A MANAŽERKY, NA ČESKOBUDĚJOVICKÉ VÝSTAVIŠTĚ?

Výstaviště České Budějovice a.s. připravilo do konce roku ještě celou řadu výstav, které mají již svou tradici. Ve dnech 16.–18. 9. 2008 se uskutečnila výstava Vzdělání a řemeslo. Toto aktuální téma zaujímá nejen mládež, ale i podnikatele. Výstavy HOBBY podzim a MÓDA SHOW proběhnou o měsíc později. Jsou to akce určitě vhodné pro podnikatelky i podnikatele – vystavovatele, ale také pro všechny, kteří aktivně tráví svůj volný čas. Ve dnech 13.–15. 11. 2008 se bude konat výstava Gastrofest a ve dnech 6.–7. 12. 2008 Adventní trhy

a Czech art festival. Mezi podnikateli jsou jistě i milovníci psů. Těm je určena Mezinárodní výstava psů, jejíž termín konání je stanoven na 27.–28. 9. 2008.

KAM SE PODLE VAŠEHO NÁZORU BUDOU UBÍRAT VÝSTAVY A VELETRHY V DOBĚ NEOMEZENÉHO INTERNETU A VŠUDYPŘÍTOMNÝCH MULTIMÉDIÍ?

Před několika lety se hovořilo o výstavách skepticky, dokonce jsem četla úvahy o tom, že internet výstavy zcela zlikviduje. Výstavnictví nejen že udrželo svou úroveň, ale dokonce zaznamenalo mírný vzestup. Domnívám se, že člověk nikdy nevymaže ze svého života potřebu přímého osobního kontaktu s dalšími lidmi.

CO POVAŽUJETE JAKO ZKUŠENÁ MANAŽERKA PRO PODNIKATELSKÝ ÚSPĚCH ZA NEJPODSTATNĚJŠÍ? A JAK SE VÁM TO DAŘÍ?

Jednoznačně dobrý pracovní kolektiv, který se skládá ze schopných, samostatných, kreativních, zodpovědných a komunikativních jednotlivců. Takovýchto lidí je na trhu ▶



PORTÁL KB MOJE-FIRMA RADÍ podnikatelkám a podnikatelům

KOMERČNÍ BANKA SPUSTILA NOVÝ PORADENSKÝ WEBOVÝ PORTÁL MOJE FIRMA (WWW.MOJE-FIRMA.CZ) V ČERVNU 2008. NOVÝ PORTÁL PRO PODNIKATELE PODTRHUJE V DUCHU HESLA „KB – PARTNER PRO PODNIKÁNÍ“ VÝZNAM PORADENSKÝCH SLUŽEB PODNIKATELŮM V NABÍDCE PRODUKTŮ A SLUŽEB KB TOMUTO SEGMENTU KLIENTŮ.

Cílem portálu, který je určen především podnikatelům a malým firmám, je poskytovat užitečné rady a tipy pro podnikání, zodpovědět dotazy spojené s podnikáním, rychle nalézt odkazy na důležité instituce a dokumenty potřebné pro podnikání a v neposlední řadě informovat o nejvhodnějších bankovních produktech a službách.

„Hlavním navigačním prvkem portálu je kompas, který ukazuje na jednotlivé důležité fáze podnikatelského cyklu. Pro tyto fáze navrhujeme vhodná řešení jednotlivých produktových potřeb,“ uvedl Zdeněk Mojžíšek, výkonný ředitel pro marketing a business development v KB.

Při přípravě obsahu portálu spolupracuje Komerční banka s vybranými klienty – podnikateli, kteří vzorově ilustrují jed-

notlivé fáze podnikání a ukazují, že problémy, které podnikatelé z řad návštěvníků internetových stránek mají, nejsou pouze jejich vlastní problémy a existují příklady jejich řešení.

Portál www.moje-firma.cz přináší cenné rady a tipy, užitečné kalkulátory, formuláře pro komunikaci se státní správou a kalendář s termíny, které jsou důležité pro všechny podnikatele (například termíny odvodu záloh na daně, podání daňových přiznání apod.).

Návštěvník nalezne na stránkách také přehled nejnovějších ekonomických zpráv z domova i ze světa, analýzy ekonomické situace, podrobný slovník pojmů, důležité kontakty, a také prezentace ze seminářů a akcí určených pro podnikatele.

„Velmi zajímavý je v aktuální době rozcestník s dotacemi, který umožní nalézt podnikatelům finanční pomoc z dotačních programů EU. Využívaná je také on-line poradna, která představuje cenný aktivní prvek komunikace mezi KB a jejími klienty,“ doplnil Zdeněk Mojžíšek.

Jen v červenci navštívilo stránky portálu Moje-firma více než 12 tisíc podnikatelů. Nejvíce přístupů bylo realizováno ze Středočeského kraje, zejména z Prahy. Komerční banka připravuje průběžné rozšiřování funkcí a doplňování obsahu portálu tak, aby stránky splňovaly měnící se nároky a očekávání podnikatelů.

(tz)

Balíčky krásy pod vánoční stromeček

Společnost Henkel pro své spotřebitele letos opět připravila lákavou vánoční nabídku v podobě 29 různých kosmetických balíčků značek Fa, Schauma, Gliss Kur, Taft a got2b. Na 17 dárkových kazet a 12 taštiček ukrývá varianty pro ženy i muže v několika různých provedeních – od výhodných a prémiových balíčků až po exkluzivní balení, v klasickém i odvážně mladistvém designu. Podle vkusu a finančních možností si tak vybere opravdu každý.

V období listopadu a prosince pravidelně dochází k nárůstu obrátu celkového trhu kosmetiky asi o 40 %, přičemž největší zásluhu na tom má segment tělové kosmetiky. Zhruba 30 % prodejů v předvánočních měsících tvoří speciální vánoční balení a jejich podíl se neustále zvyšuje. „S největším úspěchem se podle našich zkušeností setkávají



balíčky obsahující produkty tělové kosmetiky a produkty, které jsou nově na trhu. Letos jsme proto opět připravili originální balíčky, které obsahují nejen atraktivní produkty, ale spotřebitelé díky nim mohou získat i velmi pěknou a praktickou taštičku,“ uvedla Cornelia Schlatt, marketingová manažerka divize Kosmetiky Henkel ČR, a doplnila: „V místě prodeje vánočních balíčků kromě druhotného vystavení podpoří také prezentační akce hostesek a masivní POS podpora, tentokrát i na tradičním trhu.“

(tz)

- ▶ práce nedostatek, a proto musím přiznat, že podstatnou částí mé řídicí činnosti je právě práce s podřízenými. I když nebylo a není v této oblasti vše růžové, domnívám se, že výsledky, které Výstaviště České Budějovice a.s. průběžně dosahuje, a pozici, kterou na výstavním trhu v ČR dlouhodobě zaujímá, jednoznačně vypovídají o dobrém pracovním kolektivu.

ZAPOJILA JSTE SE DO PRÁCE SPOLKU PRO OBNOVU VENKOVA A DALŠÍCH AKTIVIT V REGIONU. JE TO PROTO, ŽE VÁS FUNKCE PŘEDSEDKYNĚ PŘEDSTAVENSTVA A ŘEDITELKY A. S. VÝSTAVIŠTĚ ČESKÉ BUDĚJOVICE NEDOKÁŽE PLNĚ USPOKOJIT NEBO JSTE CÍTLA POTŘEBU PODAT POMOCNOU RUKU?

V posledních deseti letech se zásadně změnil život na vesnici. V zemědělství pracuje podstatně méně lidí a je třeba podpořit rozvoj venkova v nových směrech. Aby výstava Země živitelka měla své místo na výstavnickém trhu, musí nabízet aktuální informace a reagovat i na

vývoj na venkově. Rozšířili jsme proto již před řadou let motto výstavy na „Budoucnost českého zemědělství a českého venkova“. Tenkrát jsme navázali spolupráci se Spolkem pro obnovu venkova, ke které se později v této oblasti přidalo i ministerstvo pro místní rozvoj a ministerstvo zemědělství. Vývoj pokračoval dál a nyní se již třetím rokem přímo na výstavě Země živitelka prezentují ve dvou pavilonech místní akční skupiny z celé republiky. Jsem přesvědčena, že byla založena tradice a domnívám se, že toto je i důvod přetrvávajícího zájmu široké veřejnosti o výstavu Země živitelka.

A NAJDETE SI TAKÉ CHVILKU PRO SEBE A SPLNĚNÍ SVÝCH OSOBNÍCH PŘÁNÍ?

Určitě. Každý potřebujeme odpočinek. Mám ráda zahrádku, přírodu a turistiku. Tomu s manželem věnujeme svůj volný čas. Vážím si toho, že mi rodina vytváří dobré zázemí, abych mohla skloubit práci i své koníčky.

připravil Pavel Kačer

BÁSNÍK JAROSLAV HOLOUBEK JE SKORO MŮJ SOUSED. PŘES PLOT ZNÁM JEHO DŮM V KOUZELNÉM MÍSTĚ NA OKRAJI PRAHY A ON ZASE MNE VÍDÁ ČASTO NA NAŠÍ ZAROSTLÉ ZAHRADĚ, ANIŽ TO TUŠÍM. PROJÍZDÍ SE TUDY TOTIŽ NA KOLE; KDYBYCH VĚĎELA, KDY PŘESNĚ MRKNE OKEM PŘES ZDIVOČELÉ BEZY, URČITĚ BYCH SE TAM NEPOTULOVALA V NEJPOHODLNĚJŠÍM DOMÁCÍM OBLEČENÍ, JAKÉ KDY ODĚVNÍ MISTŘI STVOŘILI. TOTIŽ V POTRHANÝCH KRATASECH A VYŠISOVANÉM TÍLKU NADMĚRNÉ VELIKOSTI, V NĚMŽ SE CÍTÍM SVOBODNĚ A VOLNĚ, DOMNÍVÁM-LI SE, ŽE JSEM NEVIDITELNÁ.

ABYCHOM MOHLI

vyjít se životem

Rozhovor však neprobíhal ani na jedné ze zahrad, jak by se nabízelo. Na jedné z nich se zedničilo, na druhé se celé léto plety záhony. Nevím, bylo-li to tak správné. Myšlenky vepsané do slov putovaly tedy navzájem elektronicky, ač se to susedsky nesluší a ač je to „od nich k nám“ co by kamenem (do okna) dohodil. Vše bylo dohodnuto v centru Prahy, a manažersky – Jaroslav v obleku, já v džínovém kompletu, jak se sluší a patří.

PhDr. Jaroslav Holoubek o ženách, zejména podnikajících a v roli manažerek:

ŽENY VÁS VŽDY OKOUZLOVALY, A PROTOŽE JSTE BÁSNÍK, VIDĚL JSTE JE JINAK, DOPODROBNA, NEŽ VĚTŠINA MUŽŮ...

Předně jsem ženy vnímal a doposud vnímám jako nejkrásnější objekt dobývání, to mě ještě nepřešlo, okouzlují mě pořád. Ta touha není zničující, ale nabíjí mě obrovskou silou. Rád naslouchám jejich příběhům, hlasům i tichu, zapřádám rozhovory, cítím jejich doteky a vůně, nechávám se unášet jejich krásou. Nebyl jsem nikdy o nic něžnější než všichni ostatní drsníci, ve verších jsem zkoušel zachytit ženy jako partnerky, jejich dech a vzrušení, pocity, zklamání a čekání, ale nebylo to žádné křehké zacházení, spíš dobrodružný výstup na vysokou horu. Docent Vladimír Křivánek říká, že moje poezie je vlastně zručnější druh milování.

MEZI DÁMAMI JSOU SILNÉ OSOBNOSTI, KTERÉ ZASTÁVAJÍ MANAŽERSKÉ POZICE NEBO MAJÍ SVÉ VLASTNÍ FIRMY. POZNÁTE JE NA PRVNÍ POHLED? FASCINUJÍ VÁS NĚČÍM?

Osobnosti si na nic nehrají, osobnosti hrají dobře svou úlohu, kterou si vybraly nebo již byly pověřeny. Tomu odpovídají nejen kostýmy, ale i rétorika, úsměv, sebevědomí, talent, vědomosti, zodpovědnost, vystupování, vůbec komunikace, a přitom všem ještě zůstávají ženami s půvabem, něhou a sexappealem. V mém životě a kariéře takovou roli hraje třeba moje manželka Zuzka a předtím v 90. letech Marie Poledňáková a na konci desetiletí Halina Pawłowska. Bohužel jsem ale také několikrát narazil na flexibilní pseudoosobnosti, usilující za každou cenu dosáhnout svého a dávající na odiv svou povýšenost a krutost, aby zakryly mindráky, nedostatek ducha, charakteru a pokory. Abych pravdu řekl, autoritativnost žen se mi vždycky trochu přičila.

ČÍM SE, PODLE VÁS, SILNÉ BYTOSTI LIŠÍ OD TĚCH, KTERÉ MAJÍ MĚNĚ STAROSTÍ?

Starosti si bereme na svá bedra, abychom mohli vyjít se životem. Ten se dá přežít, pro-

PhDr. Jaroslav Holoubek



žít, užít, nebo taky žít naplno. Starosti máme o sebe, o své blízké, o děti, rodiče, přátele, kolegy, zaměstnance, o vlastní nebo svěřenou firmu, většinu starostí nám dělá rychle ubíhající čas. Říkalo se blaze tomu, kdo nic nemá, ten se nemusel starat o majetek, o pole, o dům, o auto, jen sám o sebe, ale kdo nemá peníze, dělá si starosti s tím, jak je vydělat. Silné osobnosti, a to jak muži, tak i ženy, vědí, co chtějí a dovedou využít svého talentu a vědomostí k tomu, aby byli dobrými manažery a své pracovní týmy vedli k prosperitě společnosti. Mají na paměti, aby jimi iniciovaný, řízený a kontrolovaný proces dospěl ke zdárnému a úspěšnému konci, na rozdíl od těch, kteří mají starostí méně a říkají, že ono to nějak dopadne.

ŽENÁM JSTE VĚNOVAL MNOHO BÁSNÍ, NYNÍ VÁM VLASTNĚ VYCHÁZÍ DALŠÍ KNIHA. NAPOVÍTE NÁM?

Shodou okolností teď v říjnu spatří světlo světa najednou dvě knihy – výbor milostné poezie Lásky a nevěry v exkluzivní úpravě s ilustracemi našich nejlepších výtvarníků ▶

STÝSKÁNÍ

*Něco k letním šatům,
něco pod ně,
nohy na hladině,
s hlavou po dně.*

*Ryba a ryba,
z moře dým,
z prázdnin
se svléká mim.*

*Loď v kuchyni.
V mém tvrdém mase
růžová bolest
ukryla se.*

*A co tím
vlastně získáš?
Po někom jiném
se ti stýská.*

► – Tomáše Bíma, Josefa Velčovského, Jiřího Mocka, Evy Šebíkové, Ladislava Kuklíka a Tomáše Hřivnáče – a v Knižním klubu pak soubor povídek zase většinou milostných, ale i nemilosrdných nazvaný Žárlivá postel. Hrdinkou titulní prózy je nakladatelská redaktorka Milena, která se po návratu z emigrace sejde na vernisáži s přáteli a v té chvíli se začíná odvíjet film jejího života na pozadí druhé poloviny minulého století. V dalších ožívají příběhy univerzitního docenta a jeho studentky, osud krásné Italky Inès, láska uvaděčky z Karlínského divadla a bezdomovce z Hlavního nádraží a rovněž tajemství průvodkyně cizinců z Berlína.

NĚŽNÁ POLOVINA LIDSTVA SI JISTĚ ZASLOUŽÍ BÝT STŘEDEM POZORNOSTI BÁSNÍKŮ. OSTATNĚ – NEBÝT ŽEN, NEMOHL BYSTE PSÁT VERŠE...

Sotva bych se asi narodil nebýt žen, nevím, jak bych realizoval nezměrnou chuť se rozmnožovat, kdybych nenašel ženy, které tuto chuť sdílely se mnou, svět by neexistoval, kdyby nebyl muž a žena. Neustále podléháme nějakým svodům, rovná silnice nás svádí k rychlé jízdě, skála k lezení, řeka k plavání, vzduch k létání, alkohol k nepřístojnostem a ženy k milování. Zrovna tak nás svádí pracovní příležitost, výzva, kterou nelze odmítnout. Připomíná

NEZNÁMÁ SLOVA

*Černé dny zlatého podzimu
otvírají obrázky života
v průvanu bolesti,
která si hledá viníka.
To jsem já nebo ty.*

*Mlčky stoupáš přede mnou
na starou hradní zříceninu,
výš k nebi,
jako by umřelas.
Tvá slova jsou mi neznámá,
moje už neposloucháš.*

Nevěřím ti už.

Mělas mi to říct dřív.

*Nefotografuj mě, prosím tě, už ne.
Lidé fotografují, aby se nemuseli
dívat.*

Když si to přeješ...

*Co máme společného s těmihle
stromy,
s kamenitou cestou,
s zříceninami tam nahore?
Spravované zdivo věčných návratů.*

*Náš život?
Setkala jsem se s krásou a nevím co
s ní.
Schoval sis můj život,
já nemám nic.*

*Sněží z peří mrtvých holubů
na omítkové vzkazy neplodných žen.
Sníh padá a neodlétá.*

to adrenalinové sporty. A tím je někdy i nápad, myšlenka, obrazy, rým, melodie věty, zvláštní seskupení slov. I když se verše čím dál tím víc vytrácejí z našeho života, poezie nemizí, zůstává jinde – v písničkách, hudbě, ve filmech, v obrazech, ale také roste už další generace, která poezii intenzivně hledá, nachází a citlivě ji zapisuje.

JSTE NEJEN BÁSNÍK, ALE TAKÉ SPISOVATEL, NOVINÁŘ, ŠÉFREDAKTOR, ORGANIZÁTOR, PŘEDNÁŠÍTE NA VYSOKÝCH ŠKOLÁCH, UMÍTE ZEDNICIT, VAŘIT, FOTÍTE, PROJÍZDÍTE SE NA KOLE, NEZANEDBÁVÁTE SPOLEČENSKÉ POVINNOSTI, MILUJETE ŽIVOT, HODNĚ SI Z NĚJ BERETE A HODNĚ MU DÁVÁTE. JAK TO VŠECHNO STIHNETE?

Někdy mám výčitky svědomí, že si od života hodně беру a málo mu dávám. Všechno chce svůj čas, nelze nic nechávat dlouho čekat, snažím se brát povinnosti jako svého koníčka, a tak jsem chvílemi kavárenský povaleč a lázeňský švihák, jindy zase šílím před uzávěrkou časopisu, pak si rád povídám se studenty a rád je poslouchám, někdy jsem sedlák z Vysočiny. Asi to bude tím, že jsem na světě rád.

za slova, která svádějí k pokračování, poděkovala Eva Brixí

autor básní na str. 8 a 9 Jaroslav Holoubek

Lucie Váchová si užívá ojeté vozy z programu auto-plus

Lucie Váchová, kterou známe jako nejkrásnější dívku České republiky z roku 2003, ale také jako televizní rosníčku a patronku několika charitativních projektů, se aktivně podílí na zviditelnění značky auto-plus. Program auto-plus tvoří síť obchodníků s kvalitními ojetými vozy, provozovaná importérem nových vozů značek Audi, Volkswagen a SEAT.

Ve svém magazínovém okénku v časopise auto-plus píše Lucie své postřehy a dojmy z vozů, které jí auto-plus dává k dispozici na vyzkoušení. Po dravém SEATu Leon FR přesešla do Audi A3, ale vyzkoušela také Volkswagen Eos. „Ve slunečných dnech neznám nic lepšího než spojit nutné, každodenní sezení za volantem, s příjemným relaxem z jízdy pod širým nebem. V Eosu se navíc cítím bezpečně, a co je nejdůležitější

– oproti jiným kabrioletům skýtá tenhle krasavec opravdu hodně místa i pro mé kamarádky a naše zavazadla,“ napsala v jednom ze svých sloupků. V současné době si Lucie užívá novinku od Volkswagenu, čtyřdveřové kupé Passat CC.



Lucie Váchová

Pravidelně také zpodobňuje známé osobnosti z jejich zkušeností za volantem. Příspěvky najdete na www.auto-plus.cz. Na veřejných akcích, kde je síť auto-plus zastoupena, mívá Lucie autogramiády. Lucie vystudovala právo v podnikání na vysoké škole v Karlových Varech, kde získala bakalářský titul. V současnosti studuje na dvou fakultách Západočeské univerzity v Plzni právo a politologii. Ztvárnila také několik filmových a televizních rolí.

(tz)

MÁM DVA STOLY,

na jednom stojí šicí stroj a na druhém notebook a knížky

PRO MNOHO ŽEN JE OTÁZKA SKLOUBENÍ RODINY A ZAMĚSTNÁNÍ DILEMA, KTERÉ SE TĚŽKO ŘEŠÍ. ČEMU DÁT PŘEDNOST V DOBĚ, KDY JE ČLOVĚK PLNÝ NADŠENÍ, SIL, NÁPADŮ? ROZHODNOUT SE PRO KARIÉRU, BYŤ V TOM NEJLEPŠÍM SLOVA SMYSLU, DÁT TEDY ZELENOU PROFESNÍMU RŮSTU, NEBO SE TĚŠIT Z ROLE MAMINKY A UŽÍVAT SI CHVÍLE, KTERÉ STOJÍ ZA TO? VÝCHODISKO SE TĚŽKO NACHÁZÍ, ZEJMÉNA V ČASE, KTERÝ PŘEDBÍHÁ SÁM SEBE. ZŮSTAT DOMA – SVĚT NA VÁS ZAPOMENE. NEVĚNOVAT DĚTEM PÉČI, KTERÁ JIM NÁLEŽÍ? TO NIKDY! CO SI VYBRAT?

Na toto téma jsem si povídala s JUDr. Ing. Janou Ammerlaan, náměstkyní generálního ředitele a vedoucí úseku právního a mezinárodních vztahů Exportní garanční a pojišťovací společnosti, a.s. (EGAP), která má čas vyměřen tak, aby stihla obojí a výsledky byly příjemně viditelné. Čist slova na následujících řádcích znamená pochopit její radost a chuť dělat to, co má smysl, touhu tvořit a životu dávat stejně jako si z něj brát.

VAŠE JMÉNO ZDOBÍ DVA TITULY – JEJICH NABYTÍ URČITĚ ZNAMENALO DOBRÉ HOSPODAŘENÍ S ČASEM, ALE I OBĚTI... MÍSTO DISKOTÉK A STUDENTSKÝCH ROZMARŮ SPÍŠE DISCIPLÍNU A UČENÍ SE NA ZKOUŠKY. JAK TO VIDÍTE S Odstupem let?

Původně jsem se právníkem stát ani nechtěla. To, že jsem souběžně vystudovala ekonomii a práva, byla víceméně náhoda, ale jsem za ní osudu vděčná. Vždycky mě zajímalo všechno, co bylo spojené se zahraničním obchodem. Od dětství mě přitahovaly námořní přístavy a za tou vůní dále jsem si, samozřejmě romanticky, představovala různá dobrodružství spojená s obchodem v exotických zemích. Když jsem se hlásila na vysokou, tak moje volba padla logicky na fakultu zahraničního obchodu VŠE. Nejsem memorovací typ a přihlášku na práva jsem podala jen proto, že součástí přijímacích testů byla tehdy i logika, což mě zajímalo. Že právo není jen o memorování, ale hlavně o logice, že aplikace práva v praxi je stejně zajímavá jako hledání nových cest a řešení s jeho pomocí, jsem pochopila až později.

V situaci, kdy jsem se dostala na obě školy, jsem si řekla, že zkusím první semestr a pak se rozhodnu. Rychle se ale ukázalo, že kombinace práva s mezinárodním obchodem vůbec není na škodu. Jen bylo někdy těžké sladit obě školy časově. Nejrychlejší doprava mezi fakultami byla pěšky. Na přesun jsem mívala obvykle jenom pár minut a ty mezi těmi

JUDr. Ing. Jana Ammerlaan



- davy turistů na pražském Staroměstském náměstí a v Pařížské ulici utíkaly šíleně rychle. Občas to byl, myslím, docela slušný sportovní výkon. Ale nebylo to jenom o učení a kličkování mezi návštěvníky Prahy. Na své záliby jsem si čas vždycky našla. A naučit se hospodařit s časem je pro život taky docela důležité.

DVĚ ŠKOLY, DVAKRÁT TOLIK ČASU NA UČENÍ, NA ZKOUŠKY... NEBYLO VÁM TO LÍTO, ANEBY JE VÁM VLASTNÍ CÍLEVĚDOMOST A TA JE NADE VŠE?

Jsem moc ráda, že jsem vystudovala dvě vysoké školy, protože mně to umožňuje širší a současně i hlubší pohled na obor, kterému se věnuji. Myslím, že by to potvrdil každý, kdo absolvoval dvě studia. Takže o lítosti nemůže být ani řeči. Kromě toho jsem měla asi ten nejsilnější motiv, jaký může být. V prvním ročníku jsem potkala svého nynějšího muže. Je Holanďan a trvalo několik let, než se přistěhoval do Čech za mnou. Každý semestr jsem proto chtěla mít co nejdříve za sebou, abych mohla jet za ním. Takže v tom jsem byla cílevědomá velmi.

DNES ZASTÁVÁTE POZICI ŠPIČKOVÉ MANAŽERKY – JSTE NÁMĚSTKYNĚ GENERÁLNÍHO ŘEDITELE EGAP A VEDOUCÍ ÚSEKU PRÁVNÍHO A MEZINÁRODNÍCH VZTAHŮ. ZÍSKALA JSTE DOSTATEČNÝ PROSTOR PRO SEBEREALIZACI?

EGAP se zabývá velmi specifickou činností, kterou je podpora českého vývozu formou úvěrového pojištění, a to je oblast, ve které se pořád něco děje. Mezinárodní obchod a jeho formy se neustále vyvíjejí a my s nimi musíme v zájmu českých exportérů držet krok anebo ještě lépe být o něco napřed. Fungujeme sice podle pravidel platných pro klasické pojišťovny, ale jsme vlastněni státem a nabízíme pojištění se státní zárukou. Kryjeme jak rizika spojená s mezinárodním obchodem a zahraničními investicemi, tak i rizika spojená s případnou platební neschopností zahraničního odběratele nebo prostě jeho nevlídl zaplatit. Pojišťujeme všechno, od kusových dodávek spotřebního zboží až třeba po dodávky kompletních zařízení pro cementárny nebo elektrárny. Musíme dodržovat celou řadu mezinárodních pravidel, která se na naši činnost vztahují, a stále hledat optimální cesty, jak podpořit naše exportéry, aby uspěli co nejlépe v mezinárodní konkurenci. To všechno chce značnou dávku tvořivosti. A protože tvořivost je mi vlastní, tak mám pochopitelně velký prostor pro sebererealizaci, ačkoliv mi dnes přibyla spousta administrativy a různých povinností.

MUSÍTE ROVNĚŽ REPREZENTOVAT. CO JE NA TOM OKOUZLUJÍCÍHO?

Já jsem nejraději, když se nám podaří „okouzlit“ naše klienty nebo partnery opravdu kvalitním řešením jejich potřeb. Nápadem nebo návrhem, nad kterým uznale pokývají hlavou. Z toho mám docela radost.

MÁTE TAKÉ CHVÍLE, KDY SI S CHUTÍ DOMA OBLÉKNETE OBNOŠENÉ TRIČKO A STARÉ DŽÍNY, A KOSTÝMKY NECHCETE ANI VIDĚT? OSTATNĚ – UMÍTE RELAXOVAT?

Právě spolu s mužem rekonstruujeme dům v jedné menší obci nedaleko Prahy, takže staré džíny a obnošené tričko mám na sobě velmi často. Kromě toho se taky musím podílet na údržbě poměrně velké zahrady, a to by v kostýmku opravdu nešlo. A pokud jde o relax, docela dobře si odpočinku třeba u šití. Už jsem si doma vybudovala koutek jenom pro sebe, kde mám dva stoly. Na jednom stojí šicí stroj a na druhém notebook a knížky, ke kterým se snad jednou dostanu. A taky hrozně ráda chodím po horách. Můj muž naštěstí, právě proto, že v Holandsku nemají žádný pořádný kopec, se mnou tuto zálibu sdílí, takže když je jen trochu času, vyrazíme například do Jizerek.



KDY PŘESTÁVÁTE MYSLET NA PRACOVNÍ POVINNOSTI? JDE TO VŮBEC?

Snažím se „nenosit“ si práci domů a nezatěžovat rodinu tím, že bych byla myšlenkami někde jinde. Ale když teď třeba natírám okna, tak naopak zjišťuji, že při takové manuální práci se docela dobře přemýšlí o některých pracovních problémech a že ten kontrast mezi fyzickými tahy štětcem a duševní činností je svým způsobem osvěžující, inspirativní a někdy i docela plodný. Nicméně žijeme v době mobilních telefonů a tak beru telefon svému pořád pracujícímu šéfovi i o víkend.

TÉMĚŘ ČTYŘLETÁ DCERA VÁS JISTĚ HODNĚ POTŘEBUJE, NEPRONÁSLEDUJÍ VÁS NĚKDY VÝČITKY, ŽE SE JÍ MÁLO VĚNUJETE? ČTETE JÍ TŘEBA VEČER POHÁDKY?

Bohužel, řada žen je vystavena dilematu vylovenému ve vaší otázce. Rodina, nebo práce? Díky toleranci svého zaměstnavatele, ale i své rodiny, jsem mohla skloubit obojí. Mluví o postupném návratu do práce po mateřské, kráceném pracovním úvazku, dálkovém přístupu z domova do práce přes internet, o „emancipovaném“ manželovi a obětavé mamince-babičce. Skloubila jsem profesní a osobní život tak, že jsem schopná dostát svým pracovním závazkům, a zároveň mně zbývá čas na mé blízké. I třeba na to číst dceři pohádky. Mimochodem klasické české, zatímco můj muž jí zase čte klasické holandské. Jinak se mi povedla skvělá věc, a to v praxi realizovat výsledky své diplomové práce na VŠE. Tu jsem věnovala problematice pracovního trhu v Holandsku a hlavně modelu částečného pracovního úvazku, který je pro holandskou ekonomiku typický. Když Holanďané zakládají rodinu, je obvyklý vcelku rychlý návrat matky do práce, ale většinou pouze na částečný úvazek. Na částečný úvazek potom přechází i manžel, a to i když je v řídicí pozici. Ještě dnes pracuji na částečný úvazek, kdy jeden den v týdnu trávím jen se svou dcerou. Tento model není u nás zatím moc obvyklý a já jen doufám, že se časem přeci jenom rozšíří. ►

► CO JE PODLE VÁS VE VÝCHOVĚ DÍTĚTE NEJPODSTATNĚJŠÍ?

Moc bych si přála, aby z dcery vyrostl pořádný, slušný a vzdělaný člověk. Ještě jí nebyly ani tři měsíce a já už jsem jednou večer na notebooku hledala, jak je to s přijímačkami na gymnázium. Ale vážně, snažím se dceři vštěpovat, že život má nějaký řád, že jsou tady hodnoty, kterých je třeba si vážit a respektovat je, a že rodina je to, o co se může vždycky opřít. Myslím, že pohoda a soulad v rodině je to nejpodstatnější. Musím ale přiznat, že vychovat pořádného člověka dá někdy opravdu zabrat. Doufám, že něco z těch hodnot, které jí předávám, v ní zůstane.

A CO NAOPAK PŘI KULTIVACI PODNIKATELSKÉHO PROSTŘEDÍ U NÁS?

Ještě to asi bude pár let trvat, než se vyrovnáme těm evropským zemím, jejichž vývoj byl v minulosti přirozený a plynulý. Ale jsem optimistka. A co spatřuji jako nejdůležitější? Asi každý viditelný příklad, že to jde i bez porušování zákonů a nepsaných pravidel podnikatelské etiky a že právě to je cesta k mnohem trvalejším a hodnotnějším výsledkům.

MAJÍ NAŠE FIRMY SROVNATELNÉ, ČI DOKONCE LEPŠÍ PODMÍNKY PRO FINANCOVÁNÍ INVESTIC NEŽ V JINÝCH EVROPSKÝCH ZEMÍCH?

Řekla bych, že naše firmy si nemají na co stěžovat. Právě naopak, protože kromě toho, že EGAP má srovnatelnou nabídku pojistných produktů s nabídkami obdobných institucí v těch nejvyspělejších zemích, tak má i něco navíc. Třeba pojištění úvěrů na financování českých investic v zahraničí určené firmám, které mají kvalitní investiční záměr, ale nemají na něj dostatek vlastních prostředků a potřebují získat bankovní úvěr. Je to naprosto unikátní pojištění, protože my na sebe bereme, spolu s jinými riziky, taky riziko komerční úspěšnosti investice, jinými slovy ručíme úvěrující bance za to, že investice bude v průběhu příštích iks let vydělávat natolik, aby investor, tedy dlužník, mohl úvěr řádně a včas splácet. Zatím nás ještě nikdo ve světě nenásledoval, ale pokud vím, tak některé úvěrové pojišťovny o tom na základě našich zkušeností velmi vážně uvažují. A my už jsme mezitím takhle pomohli na svět českým investicím v Gruzii, Rusku, Číně, Mongolsku a Vietnamu. V nejbližší době chystáme další rozšíření naší nabídky, například o možnost pojištění finanční ztráty vývoze při pronikání na zahraniční trhy. Máme spoustu plánů, ale momentálně tak trochu narážíme na legislativní bariéry zákona, který reguluje naši činnost, a proto jsme už začali pracovat na jeho aktualizaci.

VZPOMENETE SI NA NĚJAKÝ HODNĚ KOMPLIKOVANÝ PROJEKT, V NĚMŽ EGAP HRÁL HLAVNÍ ROLI?

Za šestnáct let své existence pojistil EGAP dlouhou řadu vývozů, u kterých si dovolím tvrdit, že by se bez naše-

ho pojištění jen těžko uskutečnily. Jako jeden příklad za všechny může sloužit třeba už zmíněná investice v Gruzii, kde český investor koupil několik vodních elektráren a distribuční sítě. Z právního, teritoriálního i obchodního hlediska byl tento případ velmi komplikovaný. Museli jsme spolu s investorem a financující bankou vyřešit obrovskou spoustu otázek, které nemá cenu tady vyjmenovávat, a kromě toho taky pečlivě zvážit nejrozdílnější rizika, se kterými se může investice v takovém teritoriu, jako je Gruzie, potkat. S ohledem na nedávné válečné události v Gruzii bych řekla, že investor i banka jsou rádi, že nás mají.

CO NA POLI MEZINÁRODNÍCH VZTAHŮ NYNÍ VAŠE POJIŠŤOVNA ŘEŠÍ?

Momentálně se velmi intenzivně připravujeme na české předsednictví Evropské unie. EGAP dlouhodobě zastupuje Českou republiku v Pracovní skupině Rady pro vývozní úvěry, takže nás čeká celá řada důležitých jednání nejenom v Bruselu, ale i v Praze, kde budeme například organizovat pro členy pracovní skupiny odborný seminář se zaměřením na aktuální otázky státní podpory vývozu za účasti předních českých ekonomů, zástupců ministerstev a taky vedoucích odborných útvarů Evropské komise. V práci předsedající země navážeme na práci Francie. Budeme chtít pokročit při rozšiřování pravidel OECD pro vývozní úvěry i na státy, které nejsou členy této mezinárodní organizace. Naší prioritou bude rovněž modernizace a zjednodušování těchto pravidel, konkrétně třeba těch, která se týkají jaderných elektráren nebo obnovitelných zdrojů energie. Budeme usilovat o snižování pojistných sazeb stanovených Konsensem OECD a pokusíme se zahájit jednání s Evropskou komisí o revizi pravidel platných pro pojišťování malých a středních podniků. Doufám, že až budeme předávat štafetu Švédům, bude za námi vidět kus práce.

otázky připravila Eva Brixi ⇨



KARLOVARSKÉ ŽENY ŽENÁM

KDO SI DNES VZPOMENE, JAK JSME SE OB-
LÉKALI PŘED DVACETI LETY? TĚŽKÉ SROV-
NÁVÁNÍ, VŽDYŤ SE K NEPOZNÁNÍ ZMĚNILY
NEJEN MÓDA A ZVYKLOSTI ODÍVÁNÍ, ALE
TOTÁLNÍ PROMĚNOU PROŠEL CELÝ DO-
MÁCÍ TRH. TRADIČNÍ VÝROBCI MUSELI BÝT
OPRAVDU HODNĚ DOBRÍ, ABY PŘEŽILI DO
DNEŠNÍCH ČASŮ. MEZI ÚSPĚŠNÉ FIRMY
PATŘÍ VÝROBNÍ DRUŽSTVO ODĚVA KAR-
LOVY VARY. O TOM, CO ZE STARÉ ODĚVY
ZŮSTALO A CO ODNESL ČAS, JSME SI PO-
VÍDALI S PŘEDSEDKYŇÍ DRUŽSTVA JANOU
LIŠKOVOU.

ZNAČKA ODĚVA BYLA VELMI POPULÁRNÍ, PRO-
TOŽE SE ZA NÍ SKRÝVALA POCTIVÁ PRÁCE. JAK SE
PROSAZUJE DNES, KDY SE ZÁKAZNÍK ZAMĚŘUJE
PŘEDEVŠÍM NA NEJVÝHODNĚJŠÍ CENU A MÁ NE-
SROVNATELNĚ VĚTŠÍ VÝBĚR?

Podnikat v současné době v tomto oboru je nesmírně
složitě. Český trh je zaplaven zbožím z Číny, které je vy-
ráběné z nekvalitních materiálů, kvalita ušití není příliš
vysoká. Nedivím se českému zákazníkovi, který upřed-
nostní koupí takového výrobku právě z důvodu nízké
ceny. Trend šití, např. na zakázku, je již také dávno pasé,
proto jsme museli najít na trhu prostor, který bychom
my mohli pokrýt.

Je jím šití sériových kolekcí pracovních oděvů, zejmé-
na pro hotely, jako jsou kostýmy pro recepční, servírky,
kuchaře, hostesky. Od našich zadavatelů je kladen dů-
raz na vysokou kvalitu materiálů i provedení. Těší nás,
že obstojíme v konkurenci německých výrobců, jelikož
většina našich zakázek putuje právě do němec-
kých hotelů a společností, které se zabývají lod-
ní dopravou.

JAK SE ŠIJE PRO CIZÍHO ZÁKAZNÍKA?

Z Německa dostáváme ucelenou poptávku včetně na-
pevno objednaných modelů, velikostí a střihů. Práce
pro českého zákazníka je variabilnější. Můžeme si zvolit
technologie a po dohodě výrobek i upravit, například
našitím kapsičky, přidáním knoflíků a podobně. Výhoda
spočívá ve snazší komunikaci.



Jana Lišková

JE TO TERNO DOSTÁVAT ZAPLACENO VE VALU-
TÁCH?

Naopak, je to nyní náš největší problém. Devadesát pro-
cent naší produkce směřuje na německý trh. V součas-
nosti nás, stejně jako ostatní exportéry, trápí zpevňující
koruna, protože téměř veškeré příjmy máme v eurech.

JAKÝMI CESTAMI O SOBĚ DÁVÁTE VĚDĚT, KUDY SE
SE SVÝM ZBOŽÍM DOSTÁVÁTE KE SVÝM ZÁKAZNÍ-
KŮM, JAK HO PROPAGUJETE?

Nešijeme kolekce, které bychom mohli na trh uvádět
prostřednictvím klasických módních přehlídek. Odběratelům prezentujeme kolekci vzorků, na
nichž mají možnost si prohlédnout kvalitu ušití,
použitých technologií, střihu. Zákazníkům se
snažíme vyhovět po všech stránkách. Je důležité
například sjednotit veškeré detaily na zakázce, od loga
na klopě po stejné logo na knoflíčkách, samozřejmě ve
stejném barevném provedení. Nám dělá dobré jméno
kvalita výroby, protože když je spokojený zákazník, opět
si vybere nás jako dodavatele.

V ČEM PODLE VAŠEHO NÁZORU SPOČÍVAJÍ PŘED-
NOSTI A SLABINY DRUŽSTEVNÍHO PODNIKÁNÍ
A JAKOU CÍTÍTE SPOLEČENSKOU PODPORU?

Družstevní podnikání je podnikání jako každé jiné. Cí-
lem je spokojený zákazník, uspokojivý obrat.

KARLOVARSKOU ODĚVU A JEJÍ PRÁCI BYCH PO-
PSAL DVĚMA SLOVY – ŽENY ŽENÁM. MUŽI VÁM
TU NECHYBÍ?

Náš tým se skládá ze sedmi družstevnic a dvou zaměst-
nankyň, které nejsou členkami družstva. Mužskou ruku
potřebujeme, jenom když je nutné něco provést na ši-
cích strojích, v rozvodech plynu a elektřiny, pak si sem
muže přivoláme. Krejčího jsem naposledy viděla ještě
v dobách, kdy jsem se v tomto oboru učila.

ptal se Pavel Kačer ☞

STRATEGIE MUSÍ BÝT ŽIVÁ

S ING. DAGMAR JELÍNKOVOU JSEM SE SEZNÁMILA PROSTŘEDNICTVÍM EMAILU. NAPSALA MI, ŽE PROSPERITU MADAM BUSINESS I NOVINOVOU PROSPERITU ČTE (BYL TO BÁJEČNÝ EMAIL). A ŽE JE V ČELE SPOLEČNOSTI ECONOMY RATING, KTEROU ZALOŽILA, A... A ŽE NABÍZÍ SCHŮZKU. BYLO MI HLED JASNÉ, ŽE NA SETKÁNÍ SE BUDEME OBĚ PÁR TÝDŇŮ JEN TĚŠIT, A ŽE DŘÍVE, NEŽ SI PODÁME RUKU, BUDE NA SVĚTĚ TENTO ROZHOVOR. NEMÝLILA JSEM SE. VÍCE VŠAK V NÁSLEDUJÍCÍCH ŘÁDCÍCH.

MNOŽINA PORADENSKÝCH FIREM JE U NÁS VELKÁ. CO VÁS PŘIVEDLO K PODNIKÁNÍ PŘÁVĚ V TĚTO OBLASTI?

K podnikání obecně mě přivedla chuť vytěžit potenciál ze zkušeností, které jsem získala jako zaměstnanec během mnohaletého působení v manažerských pozicích. A zaměření poradenství ECONOMY RATING na ekonomiku, finance a řízení bylo nutně dáno mojí odborností. Vznikl tak základ určitého portfolia služeb, které bylo následně postupně rozšířeno o další oblasti, jako například řízení lidských zdrojů v souvislosti se schopnostmi a zkušenostmi jednotlivých členů rostoucího týmu.

NEMĚLA JSTE OBAVU Z KONKURENCE, ANEBŮ PŘÁVĚ ONA JE TÍM MOTIVAČNÍM PRVKEM, KTERÝ VÁM DÁVÁ KŘÍDLA?

Křídla vám nedává konkurence nikdy, spíše je vám přílišný respekt ke konkurenci může přistříhnout. V dobrém případě motivuje a inspiruje, v tom horším stresuje a svazuje ruce v rozhodování. Každopádně při startu podnikání je klíčové najít vlastní konkurenční výhodu – a to je proces, který nějakou dobu trvá.

JAK JSTE ZÍSKALA PRVNÍHO ZAMĚSTNANCE A JAK PRVNÍHO KLIENTA?

Prvního zaměstnance jsem získala prostřednictvím osobního doporučení a následně prověřením jeho schopností na prvním poradenském projektu. První klienti přišli z již dříve navázaných vztahů a kontaktů.

OSTATNĚ – UDRŽET PŘÍZEŇ ZÁKAZNÍKŮ A UMĚNÍ PŘIDAT K TĚM VĚRNÝM NOVÉ, TO JE VELICE SLOŽITÉ. CELÝ SVĚT SE O TO SNAŽÍ. CO SE VYPLÁČÍ FIRMĚ ECONOMY RATING?

Konzistence. Od primárních marketingových sdělení o firmě a našem stylu práce na webu nebo v různých prezentačních materiálech, přes navazování vztahu s klientem po realizaci zakázky a prezentaci výsledků a závěrů klientovi spolu vše

vzájemně koresponduje. Co slibujeme, to splníme, a co nemůžeme splnit, to neslibujeme. Obchodní vztahy jsou o důvěře. Tu se nám daří budovat v komunikaci s klientem a potvrzovat ji úspěšnými výsledky. ECONOMY RATING se prezentuje jako poradenská firma, která nepoužívá standardizovaná šablonovitá poradenská řešení, ale nabízí klientům individuální přístup. Tuto premisu cílevědomě uvádíme do praxe a vedeme k jejímu naplňování naše zaměstnance. U nás klientovi nehrozí, že projekt, který pro něj zpracujeme, bude zaměnitelný s jakoukoli dřívější zakázkou nebo nebude respektovat jeho specifické interní potřeby a situaci.

K TOMU, ABY JEDEN SUBJEKT DOSTAL DOBRŮ RADU OD JINÉHO, JE POTŘEBA JISTÉHO KNOW HOW. ZDÁ SE MI VŠAK, ŽE SE V ČESKÉ REPUBLICE STÁLE JEŠTĚ NEDOCEŇUJE. JAKÉ ZKUŠENOSTI MÁTE?

Budeme-li se konkrétně bavit o MSP, které představují naši největší cílovou skupinu klientů, je skutečností, že poradenství není za strany jejich zástupců přijímáno samozřejmě jako každodenní součást podnikatelského života. Zejména manažeři – vlastníci se často na poradenství dívají skrz prsty. Jenže tady je třeba připomenout, že není poradce jako poradce a špatné reference se šíří vždy s větší silou než ty pozitivní, takže rezervovaný přístup podnikatelů k poradenství pro podnikatele je do značné míry pochopitelný.

Co je na druhou stranu ale nepochopitelné, je stále velice nízký objem outsourcingových činností. Firmy se v českém prostředí ještě nenaucily základní manažerskou funkci – delegovat. Oddělit core business od vedlejších činností se na první pohled nezdá být žádná věda. Nicméně v praxi se setkáváme s velkými mezerami v racionalizaci podnikových procesů. Zajistit si vedlejší procesy vlastními zdroji je prostě dražší a neefektivnější než jejich outsourcing. Je to ale také o lidech. Jsou jedinci věřící svojí vizi a stylu a ty těžko přesvědčíte, aby si nechali poradit. Stojí za nimi určitý úspěch, něco vybudovali vlastníma rukama a to podporuje jejich pocit, že si vše nejlépe vyřeší sami. Říkám ano, proč ne. Ale pohled z venku, neomezený tzv. provozní slepotou a schopný globálního úsudku v rovině strategického řízení, je mnohdy neocenitelným přínosem.



Ing. Dagmar Jelínková

FIRMY VEDETE MIMO JINÉ K TOMU, ABY DOSÁHLY NA EVROPSKÉ PENÍZE. CO JE NA TAKOVÝCH PROJEKTECH NEJSLOŽITĚJŠÍ?

To je téma na samostatný článek a do jedné odpovědi se „to nejsložitější“ rozhodně nevtěsná. Každopádně samo slovo složitost naznačuje, co jsou ta rizika a slabé stránky z hlediska SWOT tzv. evropských projektů. Složitostí celého implementačního systému, který distribuci evropských peněz ze Strukturálních fondů v Česku zajišťuje, to začíná. Přebujelá administrativa, nepřehledná byrokracie, nedostatek informací, podezřelá „soutěž“ nejlepších projektů o dotace, nemožnost dovolat se zodpovědnosti konkrétních úseků na jednotlivých úřadech (ministerstva, agentury) natož individuálních úředníků, kteří často dokáží proces přípravy projektu smrtelně zasáhnout nevědomky např. nepřesnou nebo vysloveně chybnou informací.

Dále je složitá samotná obsahová příprava projektů. Myslím, že byste se velmi divila, kolik manažerů a podnikatelů nemá ani ▶

SPOLEČNOST ETA, TRADIČNÍ ČESKÁ ZNAČKA MALÝCH DOMÁCÍCH SPOTŘEBIČŮ, ZVEŘEJNILA V ZÁŘÍ SVOU STRATEGII A CÍLE NA NÁSLEDUJÍCÍ TŘI ROKY. JEDNÁ SE PŘEDEVŠÍM O POSÍLENÍ POZICE U CÍLOVÉ SKUPINY ŽEN VE VĚKU 25 AŽ 45 LET, ZVÝŠENÍ PODÍLU NA TRHU MALÝCH DOMÁCÍCH SPOTŘEBIČŮ A ZDVOJNÁSOBENÍ TRŽEB NA 2 MILIARDY KČ V ROCE 2011. ETA ZÁROVEŇ PŘEDSTAVILA PRVNÍ KROKY, KTERÉ V TÉTO SOUVISLOSTI UČINILA. TÍM NEJVÝRAZNĚJŠÍM JE ZMĚNA LOGA SPOLEČNOSTI, PRVNÍ V JEJÍ VÍCE NEŽ ŠEDESÁTILETÉ HISTORII. ZÁROVEŇ DOCHÁZÍ K ROZŠÍŘENÍ KLÍČOVÝCH TÝMŮ SPOLEČNOSTI O 50 NOVÝCH ZAMĚSTNANCŮ.

OŽIVENÍ TRADIČNÍ ZNAČKY

eta
tady je doma

„Záchrana značky ETA pro nás představuje velkou výzvu. Na jedné straně v průměru každá česká domácnost vlastní spotřebiči ETA a spontánní znalost naší značky mezi spotřebiteli dosahuje plných 96 %. Na druhé straně došlo v posledních deseti letech k oslabení její pozice. Naším cílem je tradici značky ETA obnovit a stát se dynamickou společností a skutečným lídrem v oblasti malých domácích spotřebičů. Chceme spotřebitelům nabízet produkty s nadstandardní funkcí, citovou hodnotou a výborným poměrem ceny a kvality tak, aby značka znovu získala svou důležitou roli v jejich každodenním životě,“ řekl generální ředitel společnosti ETA Albert van Gelder, který má bohaté zkušenosti z vedení řady českých firem a byl mimo jiné zodpovědný za vedení firmy Tchibo v době zavádění značky Jihlavanka. Cíle společnosti ETA jsou následující:

- posílení pozice u cílové skupiny žen ve věku 25–45 let,
- zvýšení podílu a obnovení dominantní pozice na trhu malých domácích spotřebičů v České republice,

- ▶ ponětí, o čem je vlastně projektové řízení. Často je to vlastně musíme učit – i když tato skutečnost je spíše motivující, my chceme vytvořit přidanou hodnotu našeho poradenství nejen tvorbou nějakého produktu, ale i předáním know-how a dovedností s ním spojených. Na druhou stranu je ale potřeba ukázat na to, že české firmy umí dělat kvalitní projekty. Kdyby zde existoval pružnější a proklientštější systém čerpání dotací, byl by jejich efekt jistě větší. Zatím není jasné, jaký dlouhodobý efekt budou evropské dotace mít na konkurenceschopnost české ekonomiky.

UMÍTE ROVNĚŽ POMOCI V ROZVOJI STRATEGIE PODNIKÁNÍ, PŘI ŘÍZENÍ FIRMY, K CESTĚ ZAKONČENÉ ÚSPĚCHEM. CO KDYŽ BUDE VÝSLEDEK OPAČNÝ?

Je-li vytvořena kvalitní strategie, jejíž realizace vyústí v realizaci klíčových rozvojových projektů, existuje dobrý předpoklad pro konečný úspěch. Proměnných ve hře je ale víc. Odmyslíme-li si ty externí, které jsou často nepředpověditelné a objektivní ve své podstatě, zůstává tu stále podstatná množina věcí rozhodujících o úspěchu nebo krachu. V první řadě to jsou lidé, kteří realizují jednotlivé kroky strategie. Ti zase musí mít podporu od jiných lidí – od těch shora, od vedení. Smysl strategie a svůj přínos k dosažení konečných cílů si také musí uvědomovat každý řadový pracovník firmy. Za druhé se tedy jedná o komunikaci o strategii. Třetí klíčovou proměnnou je schopnost inovace, zavádění změn. Kdo chápe strategii jako ridigní dokument, který ukazuje cestu, z níž nelze za žádných okolností sejit, ten s její realizací neuspěje. Strategie musí být živá a v tomto ohledu nesmí být redukována na fyzický dokument. Jde o konstatní proces, který znamená průběžné revize stávající strategie, její inovace, práci s tzv. strategickou mezerou – tj. již předpřipraveným prostorem v rámci strategie pro různé eventuality vývoje.

www.economy-rating.cz

- zdvojnásobení tržeb z 1 miliardy Kč za rok 2007 na 2 miliardy Kč v roce 2011.

Nastaveným cílům odpovídá i strategie společnosti. Kromě již probíhající redefinice značky a modernizaci prodejen chce ETA zvýšit důraz na design a dobrou funkčnost výrobků, zavést prémiové výrobky ve všech produktových skupinách a představit spotřebiče v nových kategoriích. Důraz bude kladen i na obnovení silné pozice v celém regionu a zavedení nové divize ETA Professional zaměřené na profesionální produkty pro firmy.

Prvními výsledky nové strategie společnosti je uskutečněná redefinice značky ETA a probíhající modernizace interiéru i exteriéru vlastních značkových prodejen. Těch je v současné době v ČR přibližně 40 a představují významnou konkurenční výhodu, neboť umožňují poskytování prvotřídního servisu pro zákazníky a získání zpětné vazby na prodávané spotřebiče. Na Slovensku se plánuje navýšení počtu prodejen ze současné jediné na pět. (tz)

BÝT V NĚKOLIKA ROLÍCH NAJEDNOU – TO ŽENY DOBRĚ ZVLÁDNOU. JSOU PODNIKATELKAMI, MANAŽERKAMI, MANŽELKAMI, MATKAMI I BABIČKAMI. VE SPOLEČNOSTI JSOU VÁŽENÝMI DÁMAMI, DOMA PŘÍJEMNÝMI SPOLEČNICEMI. MAJÍ JASNÉ CÍLE, ALE TAKÉ TAJNÉ SNY. JAKÝ JE TEN VÁŠ?

Sen bez přičinění zůstává vždy jenom a pouze snem. Hovořme proto o životních cílech, které představují synonymum pojmu „splněný sen“. Začnu začátkem vaší otázky. Moje role manželky byla především v pozici partnerky. Následně přišlo uvědomění manažerky na konci roku 1989, kdy ne všichni pochopili své šance a možnosti. V té době jsem byla matkou či spíše kamarádkou svým dvěma dnes již dospělým dcerám, které jsem vychovala možná až příliš silně pod vlivem svých emocí. Pokud je matka vůbec schopná objektivně hodnotit své děti, tak jsem přesvědčená, že jsem obě dvě připravila dobře do tvrdého světa „mužů“, kde úloha ženy je život zkrášlovat, protože všichni jsme tu jen na krátkou chvíli. Pozice manažerky u mne splývá opět s pozicí matky, tj. učím své kolegy, snažím se jim předat vše, co jsem se dosud naučila, zkušenosti, co jsem ve svém profesním životě získala. Nadšeně pracuji s mladými lidmi, jsou bez

zlovyků, nepopsaní a dají se motivovat. Role babičky... jsem připravená být zážitkovou babičkou. Ne tou, která hlídá, zaskakuje, tuto činnost ať si obsadí každý rodič sám. Chci svým vnukům dát to, co považuji za nenahraditelné a co jim může poskytnout právě prarodič: „moudrost“ a jíž výše zmíněné „zážitky“. Chystám se nyní odjet se svým prvním vnukem a dcerou na dovolenou a chci si ji s nimi prožít, ne odhlídat. Můj sen je být šťastná, a to budu pouze tehdy, když budou šťastní všichni kolem mne. K tomu chci pomáhat. Zní to možná jako klišé, ale jinými slovy jde o to se rozdat. S sebou si nic nakonec neodneseme.

za odpovědi poděkovala Eva Brixi

VANU PROMĚNÍ V LÁZNĚ

O PŘEDSEDKYNI TEPLICKÉHO VÝROBNÍHO DRUŽSTVA DRUTEP ALEXE ŠÁCHOVÉ MŮŽEME ŘÍCI, ŽE JE ŽENOU NA SVÉM MÍSTĚ. DLOUHO SE V DRUTEPU VĚNOVALA VÝVOJI VÝROBKŮ PRO DOMÁCNOST, NEŽ BYLA ZVOLENA DO ČELA TĚTO FIRMY. A KDO ROZUMÍ PÉČI O LÁTKY A LIDSKÉ TĚLO LÉPE NEŽ NAŠE MAMINKY A MANŽELKY? NEJEN O TOM JE NÁSLEDUJÍCÍ ROZHOVOR.

VÝROBNÍ DRUŽSTVO DRUTEP NEJEN ŘÍDÍ ŽENA, ALE VELKÁ ČÁST JEHO PRODUKCE JE ŽENÁM PŘÍMO URČENA. DÁ SE TEDY VE VAŠEM PŘÍPADĚ MLUVIT O FEMINISTICKÉM PROGRAMU NEBO PŘÍSTUPU?

Výrobní družstvo Drutep bylo založeno v roce 1952 a vždy ho řídili muži. Průlom nadvlády mužů skončil v r. 1994, kdy do funkce předsedy a zároveň ředitelky družstva byla zvolena žena. Je ale pravdou, že velká část našich výrobků je opravdu určena ženám. Nejedná se však o záměr, ale o přirozený vývoj a zaměření naší činnosti. Před nástupem do funkce předsedkyně družstva jsem pracovala jako technolog a vývojový pracovník. Přímo jsem se podílela na vývoji nových výrobků, inovací a na zvyšování kvality výrobků.

VE VAŠEM SORTIMENTU HRAJÍ VÝZNAMNOU ROLI VÝROBKÝ OZNAČENÉ JAKO PÉČE O LÁTKU. JAK TYTO PROSTŘEDKY POMÁHAJÍ V DOMÁCNOSTI ŽENÁM?

Sortiment našich výrobků je opravdu široký. Velká část výroby se věnuje výrobě škróbů, a to disperzních a tekutých přírodních škróbů, které zabraňují rychlému ušpinění textilií, umožňují snadnější žehlení a příjemně provoní prádlo. Dále vyrábíme aviváže se silným antistatickým účinkem na všechny druhy textilií. Nejvíce oblíbená je aviváž s vůní francouzské levandule. Aviváže vyrábíme i ve velkých baleních (5 litrů). Toto balení dodáváme také prádelnám. Oblíben je náš nový výrobek Faldy, který umožňuje vyhlazení prádla bez žehlení jen jemným tlakem dlaně. Uspadňuje žehlení prádla z textilií, které se obtížně žehlí a také usnadňuje žehlení při nižších teplotách. Dalším výrobkem, který pomáhá ženám v domácnosti, je prací prostředek Bělamin. Jedná se o speciální prostředek na praní, bělení záclon a praní bílého prádla. Recepturu má ochráněnou patentem.

V ČEM SE VAŠE KOSMETIKA ODLIŠUJE OD BĚŽNÉ KONKURENČNÍ NABÍDKY?

Z kosmetiky bych jmenovala koupelové sole, krystalické koupelové sole v několika druzích, které mají zklidňující, zvláčňující, čistící, relaxační účinky a každý druh obsahuje speciální přírodní bylinné výtažky a rostlinné oleje.

Dále vyrábíme speciální šumivé sole, které na-

podobují přírodní uhličitě prameny a opět obsahují přírodní výtažky z bylin. Koupel v těchto solích je nejen příjemná, ale uvolňující se bublinky kyslíčnicku uhličitěho povzbudí krevní oběh a vyvolají stejný pocit tepla a pohody, jaký zažívají lidé v lázních či teplých pramenech. Je to způsob, jak proměnit vanu na luxusní léčebné zařízení pro pleť. Dále prodáváme speciální sole pro ošetření nohou, které jsou také využívány v pedikúrách v ČR, ale i v zahraničí. Receptura je rovněž ochráněna a je stará již 80 let. Také tyto sole obsahují rostlinné výtažky z borovic, smrků. Všechny sole se prodávají pod ochrannou značkou Alexis, která je chráněnou značkou nejen v ČR ale i v dalších zemích EU. Všechny naše sole mají schválené receptury státním zdravotním ústavem. Každá koupelová sůl má speciální zaměření a účinky na organismus.

JSTE SICE SPÍŠE MENŠÍ, ALE VÝRAZNĚ EXPORTNÍ FIRMA. CO SE SKRÝVÁ ZA ÚSPĚCHEM DRUTEPU NA ZAHRAJNÍCH TRŽÍCH?

Podíl zahraničního obchodu na našich celkových tržbách měl zejména v posledních letech vzrůstající trend. V současné době je hodnota vývozu více než 50% našich celkových tržeb a výnosů.

Hlavním důvodem nárůstu exportu je tvrdá práce vedoucích pracovníků družstva a odbytu, která již trvá od r. 1994, a přímé udržování osobních kontaktů se stávajícími odběrateli a osobní vyhledávání potenciálních nových odběratelů.

V zahraničním obchodě klademe maximální důraz na zdvořilý kontakt se zákazníky, i při řešení jejich mimořádných požadavků na objem a kvalitu výrobků. Ctíme veškeré jejich požadavky na nové výrobky a dodržování přesných požadovaných termínů objednaných zakázek a rychlých dodávek i v případě mimořádných zakázek.

JAKÉ HODNOTY POVAŽUJETE ZA NEJCENNĚJŠÍ V DRUŽSTVU A VE VAŠEM ŽIVOTĚ?

V družstvu je to udržení a zlepšení konkurenceschopnosti výrobků na tuzemském a zahraničním trhu, a tím zajištění existenčních jistot členů družstva i zaměstnanců.

V osobním životě si nejvíce cením zdraví, dobrého rodinného zázemí, slušných a korektních vztahů mezi spolupracovníky.

NOSÍTE V HLAVĚ VIZE DALŠÍHO ROZVOJE?

V dalším období vidím hlavní úkol v udržení a zlepšení odbytu výrobků družstva na domácím a zahraničním trhu. Zejména zlepšení obchodních podmínek s tuzemskými odběrateli, a to v síti supermarketů.

připravil Pavel Kačer



ŠPERKY A KLENOTY

v novém e-shopu

TISÍCE ŠPERKŮ A KLENOTŮ OD PŘEDNÍCH SVĚTOVÝCH ZNAČEK LZE POČÍNAJE OD KONCE ZÁŘÍ ZAKOUPIT V NOVÉM E-SHOPU SPERKY.CZ. ZÁKAZNÍCI TOHOTO INTERNETOVÉHO OBCHODU SE MOHOU TĚŠIT NA ŠIROKOU NABÍDKU PRODUKTŮ, KOMPLEXNÍ INFORMACE O KLENOTECH I ORIGINÁLNÍ PRŮVODCE VÝBĚREM ŠPERKŮ. ZA PŘÍZNAČNOU DOMÉNU S NÁZVEM SPERKY.CZ ZAPLATIL PROVOZOVATEL OBCHODU, SPOLEČNOST VIVANTIS A.S., REKORDNÍ SUMU VE VÝŠI DVA MILIONY KORUN.

Vytvoření nového internetového obchodu Sperky.cz je reakcí na zvyšující se poptávku po luxusních špercích a klenotech v České republice. Pohodlí při nákupu a nízké ceny nabízí spotřebitelům oproti kamenným obchodům absolutní komfort podpořený rozsáhlou kolekcí světových značek. Zákazníci mohou vybírat zboží například od značek Morelato, Just Cavalli, Miss Sixty, Police či Storm.

„V nabídce máme rovněž luxusní zásnubní a snubní prsteny Altman, Benet Gold, případně Hejral. Předpokládáme, že právě o zásnubní prsteny bude největší zájem. Bez povšimnutí však určitě nezmíníme ani rozsáhlou nabídku luxusních šperků z chirurgické oceli či velké množství rozličných druhů piercingů,“ uvedl Martin Rozhoň, ředitel společnosti Vivantis a.s. „Na projektu jsme pracovali tři měsíce. Návrhnost našich dosud nejvyšších investic souvisejících s e-shopem očekáváme maximálně do tří let,“ doplnil.

Během října hodlá nový internetový obchod rozšířit nabídku o produkty společnosti Soliter a.s., tradičního výrobce luxusních zlatých briliantových šperků. Ta své výrobky na internetu dosud neprodávala a Sperky.cz si vybrala pro vstup na internetový trh.

„Většinu zboží máme skladem a k dodání do dvou pracovních dní, garantujeme nejnížší ceny, při objednávce nad 1000 Kč je poštovné zcela zdarma a ke každému nákupu přidáváme navíc dárkovou krabičku,“ vyjmenoval největší konkurenční výhody nového e-shopu Martin Rozhoň. „Po-

kud náš zákazník nalezne někde jinde šperky a klenoty levnější, cenu většinou snížíme pod úroveň konkurence,“ doplnil M. Rozhoň s tím, že v případě nespokojenosti či špatně zvolené velikosti není problém zboží vyměnit či vrátit.

Sperky.cz jsou registrovány u Puncovního úřadu, zákazníci se tak nemusí obávat zakoupení nekvalitního zboží. Mimo klasické platby na dobírku a bankovního převodu nabízí svým zákazníkům díky systému 3d-secure rovněž bezpečné transakce prostřednictvím platební karty. Obchodní podmínky byly auditovány Sdružením obrany spotřebitelů, o. s.

O společnosti VIVANTIS a.s.

Společnost VIVANTIS a.s. (do března roku 2008 působila pod názvem NATURAL MEDICAMENTS s.r.o.) je nejúspěšnějším internetovým prodejcem v České republice co do počtu objednávek. Zaměřuje se na prodej kosmetiky, parfémů, šperků, hodinek a produktů pro zdraví a provozuje největší internetové obchody ve svém oboru Parfemy.cz, Hodinky.cz, Krasa.cz, Sperky.cz, Prozdrci.cz a Nakupnicentrum.cz, jejichž rozsáhlý sortiment se pohybuje v řádu desetitisíců položek.

Zákazníky internetových obchodů společnosti VIVANTIS a. s. už se stalo více než 520 000 uživatelů internetu, měsíčně její servery zaznamenají v průměru více než milion návštěv. V široké nabídce najdou zákazníci celkově přes 90 000 výrobků 800 značek, mezi nimi například 4000 parfémů, 6000 typů hodinek, 5000 druhů kosmetických výrobků, 3000 šperků či 1000 produktů pro zdraví.

Společnost VIVANTIS a.s. je členem Asociace pro elektronickou komerci (APEK). Její internetové obchody získaly certifikaci APEK Certifikovaný obchod, což je pro zákazníky jistota bezpečného a bezproblémového nakupování. Společnost se základním jménem 10 milionů korun předpokládá, že pod novým názvem letos přesáhne obrát 400 milionů korun.

(tz)

Netbook je lehký aneb přišla bílá a modrá konkurence notebookům

ELECTRO WORLD

Společnost Electro World, největší elektroobchod u nás, vítěz ankety „Obchodník roku elektro“ pro rok 2007, vítá často cestující uživatele nebo například studenty novou kategorií notebooků, tzv. netbooky.

Společnost Electro World zařadila do své nabídky tyto velice malé a hravé notebooky jako první retailový řetězec u nás. „Nové zařízení společnosti Acer je funkčně shodné s notebooky, jen výrazně menší a lehčí. Je určeno například studentům a všem, kteří jsou neustále v pohybu a v terénu. One notebooky nabízíme za baťovskou cenu od 9999 korun včetně DPH a operačního systému,“ řekl Jiří Klíčník, generální ředitel společnosti Electro World Česká republika.

Přitom se ale vůbec nejedná o žádné ochuzené příbuzné větších notebooků. Výbava, kterou One mají, je zcela odpovídající nárokům běžného uživatele. Na cestách, ve škole, prostě kdekoli může díky nízké hmotnosti a ma-



lým rozměrům zařízení vyřizovat mail, pracovat na internetu, psát dopisy atd.

Netbooky Acer One si můžete v Electro Worldu vybrat v bílé a modré barvě, s 160GB diskem, 9palcovým širokoúhlým displejem, třemi USB porty, připojením k síti a bezdrátové síti, zdiřkou pro SD paměťové karty. „Netbooky Acer mají rozměry 24krát 17 centimetrů a váží méně než jeden kilogram. Myslím, že právě z těchto důvodů naši zákaz-

níci tyto produkty přijmou velice rychle. Naše plány pro prodej jsou vysoce progresivní,“ dodal Jiří Klíčník.

Tím, že jsou tato nová zařízení lehoučká, mohou výrazně zaujmout také křehkou polovinu lidstva – ženy. Ty, které podnikají nebo zastávají výrazné manažerské pozice a bez notebooku si již svůj pracovní den nedokáží ani představit, určitě uvítají jakýkoli krok k tomu, aby měly svá zavazadla lehčí. Netbook toho může být zajímavým příkladem. Jaký si vyberete? Modrý, nebo bílý?

(tz, rix)

NOVÁ PŘÍRODNÍ KOSMETIKA

MILUJETE VŮNI ROZMARÝNY, EUKALYPTU, MĚŠÍČKU ČI SKOŘICE? CÍTÍTE, JAK SE DÍKY TĚMTO VŮNÍM ROZLÉVÁ KLID A HARMONIE VE VAŠEM TĚLE I NA DUŠI? TAK PRÁVĚ PRO VÁS NYNÍ NOVÁ ČESKÁ ZNAČKA KOS-SUTH® PŘINÁŠÍ ŘADU JEDINEČNÝCH 100% PŘÍRODNÍCH MÝDEL.

Pod značkou KOSSUTH® jsou v současné době nabízena mýdla v několika různých variantách – vůních, které mají za sebou dlouhodobý a pečlivý vývoj. Společnost plánuje i další rozšíření sortimentu v podobě tekutých mýdel a parfémů. „Mýdla jsou vhodná k mytí rukou, obličje i celého těla. Jsou vyráběna jedinečnou metodou za studena, čímž jsou

zachovány výjimečné vlastnosti jednotlivých složek,“ řekla Irena Košutová, místopředsedkyně představenstva KOŠUT Capital Holding a.s., která se mýdlům a všemu, co s nimi souvisí, systematicky věnuje již řadu let. „Základem jsou rostlinné substance ryze přírodního původu, bez použití umělých barviv a konzervantů, které pokožku nevysušují, ale naopak jí dodávají vláčnost, hebkost a pružnost,“ doplnila.

Značka KOSSUTH® představuje kvalitní služby a produkty podporující vztah člověka sama k sobě a k přírodě. Vychází z rodinných tradic a nabízí své jméno jako záruku kvality, osobního nasazení, individuálního přístupu, profesionality a poctivosti.

Filozofii značky KOSSUTH® je oprostít se od stresového způsobu života. (tz)



FEJETON

TROCHA TRANSCENDENTÁLNÁ

Nedělní večer jsem strávil u televizní obrazovky s Kráskou v nesná-
zích. Sledoval jsem příběh o mladé matce, která se svými dětmi
řeší existenční problémy, a kouzelném podnikateli – emigrantovi
ze slunné Itálie. Ve filmu se v moderních kulisách odehrává leh-
ce intelektualizovaná červená knihovna, kterou kazí jen nejasný
závěr. Hlavní hrdinka neví, zda ji plně uspokojí sladký život se šle-
chetným, bohatým mužem, jak stojí v pohádkách („... a žili spolu
šťastně až do smrti“), nebo nevydrží bez dráždivého, obhroublé-
ho vztahu v primitivních domácích podmínkách.

Ctná, chudá dívka, zamilovaný továrník a jejich trnitá cesta k ol-
táři, to je klíšé, které sice může dojimat i dnes, avšak ke skutečné-
mu životu má hodně daleko. Ale sny a touhy provázejí každého,
ať se nachází dole, nebo nahoře, dosáhl už celoživotního cíle,
nebo je nenapravitelný brídil věčně v průšvihů.

Po pravdě, nezajímá mě dáma v nesnázi, jejíž hlavní snahou
je zbavit se těchto nesnází. Zamýšlím se však nad tím, co chce
úspěšná žena v dnešní společnosti? Po čem touží ředitelka české
pobočky nadnárodního koncernu nebo multimilionářka, která
vybudovala firmu vlastníma rukama, bez partnerovy pomoci,
a teď už se může pohodlně vézt na vlně svého úspěchu? A musí
ještě snít, když dosáhla uznání v práci, doma žije s milovaným
manželem a na děti nemá ani pomyslení, či její potomci se po-
týkají jen s běžnými úskalími puberty? Bude chtít úspěšná žena
dosáhnout ještě lepších manažerských výsledků, získat ještě větší
lásku svého muže a nebo už jí jsou všechny touhy na hony vzdále-
né, protože se její sny naplnily každodenní úžasnou skutečností?
Tu poslední možnost bych rovnou škrtl. Člověk, který dosáhne
vrcholu Mount Everestu, nestráví zbytek života v papučích u ho-
řícího krbu a neoddává se pouhým vzpomínkám. Jakási vnitřní
síla ho žene dál, hledá další výzvy, aby je pokořil. Předpokládám,
že ani obletovaná, velmi schopná žena v prestižních pozicích ne-
podlehne sebeuspokojení a nesloží ruce v klín. Avšak na co bude
myslet a kam nasměruje své úsilí?

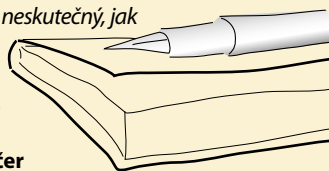
Rozhodl jsem se hledat odpověď v minulosti. Vždyť všechny udá-
losti, které nám připadají nové, všechny rodící se konflikty a vzni-
kající životní situace se už mnohokrát staly a z historie se můžeme
poučit, jak dopadly a k čemu vedly. I moudří klauni Voskovec
s Werichem nám radí: „... čtěte bibli, tam to všechno je“. Ano,
třebas biblický král Šalamoun, který se mohl prohlásit za vládce
známého světa, pravil, že vše je marnost nad marnost. Legendár-
ní pražský rabín Mordechaj Maisel zase na smrtelné posteli tvrdil,

že všechno je jinak. Už mnohem dříve pohádkově bohatý princ
Sidhárta Gautama, později známý jako Buddha, opustil své po-
stavení a majetek, aby získal něco mnohem víc. Co to však je to
„víc“ a kde hledat?

Není snadné na tyto otázky najít odpověď, pokud se odmítnete
zabývat duchovními naukami. Doporučuji, zkuste to, i když vás
asi napadne, že moderní způsob života, problémy manažerek
a podnikatelek nejdou s nějakou mystikou dohromady. Není to
pravda. Naopak, velmi zaměstnaní a unavení lidé, na nichž leží
ve firmě velká odpovědnost, se potřebují uvolnit, najít klid, dušev-
ní rovnováhu a zmobilizovat své duševní schopnosti. K tomu jim
často pomáhají osvědčené praktiky, k nimž patří jóga a medita-
ce, být v inovované podobě. Díky těmto duchovním technikám
se odpoutáte od svých myšlenek a ponoříte se do ticha své duše,
kde sídlí pravá blaženost. V Americe, která vždy byla o kousek
před ostatními, se už taková duchovní cvičení rozšířila a provádě-
jí se i ve větších skupinách a pravidelně. To proto, že prokazatelně
přinášejí žádoucí efekt. Zprostředkovávají neurotickým, přepra-
covaným šéfům a šéfkám dokonalé psychické uvolnění, přinášejí
jim pocity zdánlivě bezdůvodného blaha a návaly opravdového
štěstí.

Nemusíte být věřícím člověkem, který je přesvědčen o tom, že se
v hluboké kontemplaci dotkl samého božství, z něhož vyšel a do
něhož se navrací. Stačí jen ochota vykročit po chodníčcích, po
nichž jsme se dosud z nejrůznějších důvodů nikdy nevypravili.
Pokud překonáte první nechuť, lenost nebo obavu pouštět se na
neznámé území a vstoupíte do vlastního nitra, dál už vás pove-
de ona vnitřní síla, jež pohání člověka k dosahování vrcholů hor
a v tomto případě k pronikání do skrytých hloubek k vnitřním po-
kladům ducha. Po takové očistné „koupeli“ se mysl dokáže lépe
vypořádat s problémy ve firmě i s nástrahami partnerských vzta-
hů. Výsledky pocítíte sami a budete dobře působit i na své okolí.
Před jedním rizikem vás však musím varovat. Kouzlu duchovního
míru můžete propadnout tak, že už podnikání pro vás nebude
prioritou. Zůstanete dlít myšlenkami v blaženosti transcenden-
tální a svět se pro vás stane neskutečný, jak
říkají buddhisté, a budete
veškeré počínání považovat,
spolu s králem Šalamounem,
za marnost nad marnost.

Pavel Kačer



CO UDĚLÁTE KAŽDÉ RÁNO? PODÍVÁTE SE DO ZRCADLA, JSTE ZVĚDAVÁ, JAK VYPADÁTE. A TAK JE TO CELÝCH 365 DNÍ. A VŽDY NACHÁZÍTE DROBNOST, KTERÁ SE DÁ VYLEPŠIT. URČITĚ NEPATŘÍTE K TĚM ŽENÁM, KTERÝM JE JEDNO, JAK PŮSOBÍ NA SVÉ OKOLÍ, SPÍŠE NAOPAK. JE VÁM JASNÉ, ŽE PEČOVAT O VLASTNÍ ZEVNĚJŠEK JE STEJNĚ TAK DŮLEŽITÉ JAKO MÍT V KANCELÁŘI FIRMY VŠECHNO PŘÍJEMNÉ, ELEGANTNÍ, ÚHLEDNÉ. ZKRÁTKA – REPREZENTUJETE, VYPOVÍDÁTE O SOBĚ, A OKOLÍ VÁS HODNOTÍ Z VELKÉ MÍRY TAKÉ NA ZÁKLADĚ TOHO, JAKÉ SIGNÁLY O SOBĚ DÁVÁTE OSTATNÍM. Z PSYCHOLOGIE DOBRĚ VÍTE, CO DOKÁŽE PRVNÍ DOJEM.

SPLŇTE SI SVŮJ SEN

Dlouhé husté vlasy – váš vlastní benefit



Ivana Krůželová

Významným prvkem jsou vlasy. Ty z žen, které si stěžují, že je nemají podle svých představ, by se měly přestat trápit a mít zbytečné výčitky svědomí. Existují metody, jak vlasům dát správný objem, délku, tvar, barvu, jak z nich udělat cestu k osobnímu štěstí.

Toužíte-li například po pohádkově krásných, dlouhých a hustých vlasech, samozřejmě také s perfektním střihem a barevnou úpravou, neváhejte a objednejte se do našeho salonu. Nejen že u nás načerpáte řadu zajímavých informací, ale zejména vám v praxi dokážeme, nakolik je vaše trápení už dnes malicherné – prostě postaráme se o to, abyste vypadala podle svých představ. Například prodlužování vlasů se navíc stalo dnes poměrně častou záležitostí pro řadu žen, tak proč to nezkusit také? Metoda k řešení tohoto problému je dostupná, možná právě i pro vás, díky příznivým cenám.

Osobně jsem s touto metodou získala dvouleté zkušenosti na školení během pobytu v Londýně, kde jsem také obdržela certifikát a začala pracovat v jednom z předních salonů. Mnohé jsem se tam naučila, o čemž svědčila spokojenost mnoha mých zákazníků.

Na základě nových poznatků a zmíněné praxi jsem se nyní rozhodla přenést celé své know how do domácího prostředí a věnovat se české klientele. V centru Prahy jsem otevřela nový salon a můj pracovní díář se po okraj plní dalšími a dalšími objednávkami.

Máte-li o svém účesu pochybnosti a chcete-li něco podstatného změnit, objednejte se u nás. Vaše rána před zrcadlem budou kouzelná, a na otázku, kdo je nejkrásnější, si brzy dokážete odpovědět samy.

Nabízíme rovněž manikúru a nehtovou modeláž, také základní klasické kadernické služby a k tomu jako bonus možnost využití solária zdarma.

Ivana Krůželová, majitelka salonu

- Prodlužuji metodou keratin – jde o nejrozšířenější metodu v Evropě.
- Používám výhradně pravé vlasy ze střední a východní Evropy.
- Nemusíte mít obavy, že prodloužení bude vidět – keratinový spoj má stejný odstín jako vaše vlasy.

Výhody keratinového spoje:

- přirozenější pocit z vlasů oproti starším metodám jako kroužkování apod.
- pružný účes nepůsobí ztrnule
- k uchycení vlasů se používá složka na bázi keratinového polymeru, což je jednoduchá stavební bílkovina vlastní i samotným vlasům

Jak prodlužování probíhá?

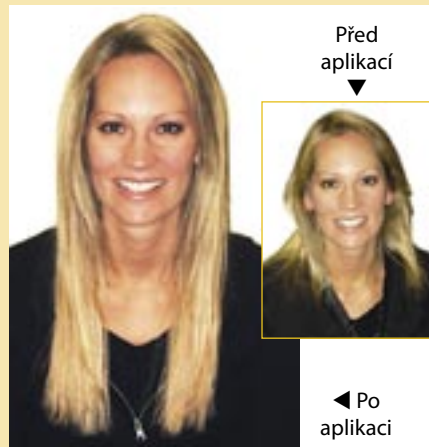
Pramínky vlasů, které mají již keratin na slepkách, se přiloží k vyčesanému pramínku na hlavě a keratin se rozehřeje speciálními kleštěmi na teplotu 100–150 °C. Kleštěmi se rozehřeje keratin na slepce a nechá se dokonale prolnout mezi vaše „živé“ vlasy. Jelikož je keratin základní stavební prvek vlasu – je pro vlasy nejpřirozenějším materiálem, který původní vlas nijak neomezuje.

Jak dlouho pramínky vydrží?

Po 3–4 měsících je potřeba posunout spoje, záleží na tom, jak rychle vlasy rostou, avšak kvalita prodlužovacích vlasů je garantována až na 1 rok v případě, že o vlasy pečujete dle doporučení, takže není třeba si pořizovat nové a nové vlasy.

Požizovací cena?

U zhuštění vlasů cena začíná na 6000 Kč, prodloužení vás vyjde už od 9000 Kč.



více na www.studio4beauty.cz
navštivte nás na adrese: Studio 4 beauty
Ve Smečkách 28
Praha 1

otevírací doba: Po–Pá: 9:00–19:00
objednávky na čísle: +420 732 282 356



NETOPTĚ PÁNUBOHU DO OKEN!

Neplýtejte zbytečně energií. V nebi je pak vedro jako v pekle.
Přihlaste se na www.setrimenergii.cz nebo volejte **840 11 33 55** a získáte slevu **minimálně 33 %** na plastová okna SULKO a tepelnou izolaci od DEKTRADE.
Díky tomu můžete významně ušetřit výdaje za energii.

Na www.setrimenergii.cz najdete i mnoho dalších rad a tipů, jak šetřit energií i penězi.

Pravidla nabídky RWE a více informací o slevách naleznete na www.setrimenergii.cz.
Tento inzerát vydávají společnosti skupiny RWE obchodující zemním plynem Jihomoravská plynárenská, a.s., Severomoravská plynárenská, a.s., Severočeská plynárenská, a.s., Středočeská plynárenská, a.s., Východočeská plynárenská, a.s. a Západočeská plynárenská a.s.

RWE
The energy to lead

partneři projektu

DEKTRADE
IZOLACE PRO VÁS DŮM I BYT

SULKO
speciální na plastová okna