

P R O S P E R I T A

Madam Business®

Pavel
Pastorek

Užívám si svého času

Eva Brixí

Venku slyším kapky deště
Neříkej mi
Co mám ještě
Udělat
I když chápu
Při domácích pracích
Máš mě rád
V televizi pějí ptáci
Taktika je pro legraci
Večer teplé menu
Na to asi zapomenou
Píšu básně v kavárničce
SMS je navigace
Pro tebe
Mrazák sporák mikrovlnka
Myčka pračka vysavač
Žehlička i skartovač
Maratonek mezi dětmi
Nevíš kde je lékárnička
Příště mi to mámo řekni

Píšu básně v kavárničce
Užívám si svého času
Objevují vlastní krásu
Slov vázaných

Růžové víno ženám sluší
str. 1, 10–11

rozhovor s Ing. Pavlem Pastorkem,
místopředsedou společnosti Templářské sklepy Čejkovice, vinařské družstvo

Nový web www.madambusiness.cz

Maliny právě zrají stejně jako naše nápady!
Přinášíme řadu nových informací pro čtenáře i možností pro inzerenty.
Přidaná hodnota – webová televize, videorozhovory s podnikatelkami
a manažerkami i muži odborníky.

Pojďte s námi!

Více stresu a méně peněz

Větší stres a menší příjmy – to jsou nejčastější dopady zpomalení světové ekonomiky, se kterými se musejí vyrovnávat čeští asistenti a asistentky. Víc stresu v práci zažívá 34 % respondentů, 16 % se pak musí spokojit s nižšími příjmy. Jen 37 % pak tvrdí, že se jich zpomalení ekonomiky nijak nedotklo. V mezinárodním srovnání jsou na tom Češi přitom velmi dobře. Například v Irsku necítí žádné dopady ekonomické krize pouze 14 % dotázaných. Výsledky přinesl nezávislý mezinárodní výzkum „OfficeTeam Survey“ zpracovaný pro mezinárodní personální agenturu Robert Half.

Větší obavy ze ztráty zaměstnání má podle výsledků výzkumu v porovnání s minulým rokem bezmála polovina asistentů a asistentek z České republiky (49 %). „Přesně pro třetinu z nich je ztráta zaměstnání tím, z čeho mají kvůli zpomalení ekonomiky vůbec největší obavy,“ vysvětlil Aleš Křížek, ředitel Robert Half International pro Českou republiku. Na druhém místě nejčastějších obav je komplikovanější skloubení soukromého a pracovního života (15 % respondentů).

Jak přečkat krizi

Největší část českých asistentů a asistentek, přesně 39 % respondentů, považuje za nejlepší obranu proti dopadům ekonomické krize další vzdělávání. Každý čtvrtý dotázaný se dobrovolně hlásí o další práci a každý pátý pak pracuje přesčas. Ochota dělat něco navíc je stejně vysoká napříč všemi věkovými kategoriemi – přiznávají ji tři čtvrtiny respondentů z ČR. Ze všech zemí výzkumu jsou respondenti z ČR nejsvolněnější k tomu pracovat na zkrácené pracovní úvazky, pokud jim to zaměstnavatel nabídne jako nutný způsob snížení

nákladů společnosti. Pokud souhlasí, pak je to ovšem ve většině případů jen proto, že nemají jinou možnost. Na zkrácení pracovního úvazku by přistoupilo 62 % dotázaných asistentů a asistentek z České republiky. Naopak pro zbylých 38 % je to nepřijatelné řešení, protože by pak podle svých slov nebyli schopni splatit všechny své životní náklady. Pokud by museli opustit své stávající zaměstnání, téměř každý druhý dotázaný asistent či asistentka z ČR by se nechal dočasně projektově zaměstnat (47 %).

Většinou si od toho slibují investici do budoucna – možnost získat nové stálé zaměstnání, nové kontakty nebo nové dovednosti a samozřejmě také v projektovém zaměstnání vidí způsob jak prozatím platit své výdaje.

Motivující bonusy

„Dvěma ze tří asistentů a asistentek v České republice, dle výsledků výzkumu „OfficeTeam Survey“, obohatily v roce 2008 mzdu speciální prémie. A to byl suverénně největší podíl ze všech zemí výzkumu. Například v Nizozemí získalo prémie pouze 32 % dotazovaných asisten-

tů a asistentek,“ vysvětlil Aleš Křížek. Právě peněžní prémie jsou spolu s občerstvením na pracovišti pro české asistenty a asistentky nejčastějšími zaměstnaneckými benefity, nabízí je 40 % společností působících v ČR. Tyto výhody současně patří k těm, kterých si respondenti výzkumu nejvíce cení. Pro dotazované asistentky a asistenty z České republiky jsou nejdůležitější finanční prémie, občerstvení na pracovišti a stravenky. Významné je i delší volno. Tím, co zaměstnavatel nejlépe motivuje k vyšším výkonům, je pak dle 66 % respondentů výzkumu z České republiky otevřená a upřímná komunikace, těsně následovaná prémie. Vedle mzdy a benefitů si asistenti a asistentky v České republice na svém zaměstnavateli nejvíce cení typu a povahy práce. Ta je nejdůležitější pro každého třetího respondenta. Významná je také ekonomická stabilita společnosti a její reputace. „Zajímavé jsou i dobré vztahy s nadřízenými. Ty označilo za nejdůležitější motivační faktor vedle mzdy a bonusů 14 % dotázaných,“ dodal A. Křížek.

www.roberthalf.cz

(tz)



VÝSLEDKY SOUTĚŽE

Dárek od firmy Zepter

Do konce června jste nám mohli posílat odpovědi na soutěžní otázku, kterou jsme vám položili v letošním květnovém vydání Prosperity Madam Business.

Zněla: **Jaká květina je hlavní složkou řady SWISSOLOGICAL?**

Připomínáme, že společnost Zepter se na českém trhu etablovala například jako špičková kosmetika, na niž je spolehnout. Mnoha zákaz-

nícím přináší pocit spokojenosti s tím, že dokáží ocenit vědecky vyspělé výrobky se zkrášlujícími a léčebnými účinky.

Ze správných odpovědí jsme vylosovali

Pavlinu Vicherkovou z Opavy

Společnost Zepter International posílá slíbený dárek – BLOSSOM DEODORANT SPRAY, který jistě potěší.



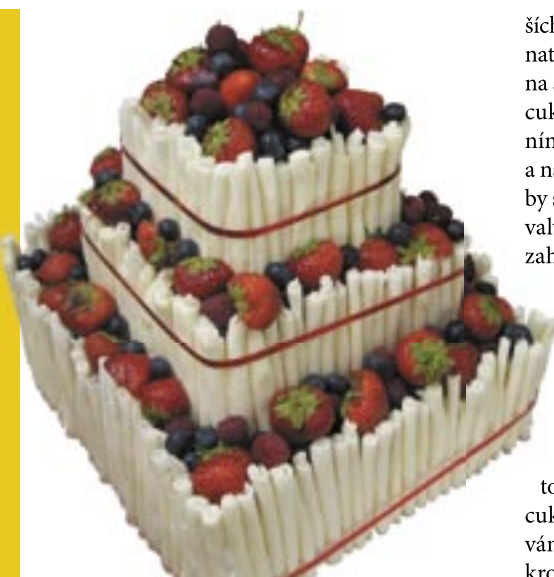
České cukrárny

na evropskou mapu cestovního ruchu



Když vzpomenu na nadýchané kremrole své babičky, uvědomuji si, že k zadělávání těsta vstávala ve tři ráno, když bylo ještě v domě chladno. Listové těsto se při pokojové teplotě zvládnout nedá. Hrudku másla jsem jí k orgijím jejích rukou nosila od přespólní známé v bandasce mléka, protože takové máslo bylo žlutoučké a voňavé, dalo se jíst po lžičkách a bez chleba. Kremrole z něj byly svaté a jíst se mohly jen se zavřenýma očima, aby se na tu chuť soustředil celíčkový lidský organizmus.

Když do sebe nasají vůni a vybavím si chuť babiččina štrůdlu neboli taženého závinu, není lepší charakteristiky pro podzim a pohodu české domácnosti. Vzpomenu-li na její narozeninové ořechové dorty bez mouky či úchvatné mandličkami nazdobené srnčí hřbety, zachce se mi vrátit do dětství. Babička chtěla být operní zpěvačkou. Místo toho se vyučila kuchařkou a cukrářkou. U plotny a trouby si zpívala árie a práce jí šla tuze od ruky. Být jejím hostem přinášelo štěstí a radost do srdce každého, kdo okusil. Pro mnohé to byl zážitek na celý život. Od té doby vím, že čeští a moravští cukráři patří k elitě tohoto řemesla na celém světě. Ať už se o tom v odborných publikacích píše, či nikoli. Ochutnávat například z dobrot, které připravují reprezentanti, spíše však reprezentantky Společenstva cukrářů České republiky, je slast, která ještě nebyla nikým zcela doceněna. Aniž bych propagovala denní vysedávání v cukrárnách, musím uznat, že za odměnu pro sebe sama by občas člověk do cukrárny měl zavítat, pošmáknout si. Zkrátka udělat si radost, jen tak. Dáte si indiánka a je vám fajn. Možná si s tím tělo poradí lépe než s léky proti stresu. Nedávno, 18. června v Praze, jsem měla možnost podívat se a ochutnat z děl, která by se dala nazvat uměleckými. Chuťový i zrakový zážitek byl tak mocný, že jsem ten den záměrně zapomněla na všechna právě shozená kila a dietologická kázání. Ocitla jsem se totiž na vzácné akci – bylo jí vyhodnocení nejlepších cukráren České republiky, které se odehrálo v Kaisersštejnském paláci. Pocity z mlsání se sdělují těžko – jedno však píši zcela jasně a odhodlaně: čeští cukráři a cukrářky prostě umí, mají intuici chuti děděnou z generace na generaci, mají fantazii i předpoklady vytvářet takové kombinace laskomin, které vedou k absolutnímu uspokojení tužeb zákazníka. Nejsm fanatik, ale dobrou cukrařinu poznám a dokážu ocenit. Tentokrát to byly dortové variace, perníková království i procházka klasickými zákusky, na něž chodily do cukráren už naše prababičky. Nejen na pohled to byly skvělé věci, které daly prostý pokyn člověčímu já: raduj se



Překrásný letní dort z dílny cukrárny Amarilis

z života pozemského, vždyť v tom je síla. A tak se vůbec nedivím, že řemeslo, které zdatně soupeří s ovocnými bary, salátovými restauracemi a... má stále zlaté dno. Díky Společenstvu cukrářů dovede zlaté české ručičky určitě již brzy ve známost celé Evropské unie. Jak mi napověděl prezident Společenstva cukrářů František Ostřížek, i Drahoslav Hvězda, osobnost naší cukrařiny a nestor propagátorů společenstva, budou se čeští a moravští cukráři snažit prosadit více právě i mezinárodně. Profesní organizace cukrářů pracuje v českých zemích od roku 1721–1723, letos je to tedy vlastně již 290 roků, kdy podpisem císaře pána bylo potvrzeno, že výrobci všeho sladkého jsou uznáni jako vyučení odborníci i prodejci; cech perníkářů existuje u nás ještě o několik set let déle. Také je známo, že první zmrzlinu prý ochutnala sama Kleopatra, ale recepty na ni vydala až Kateřina Medicejská, a u nás byla první zmrzlina vyrobena v roce 1902. Vybrat dnes nejlepšího výrobce „všeho dobrého a sladkého“ není až tak snadné, byť zkušenosti i měřítko k tomu existují. V roce 1904 začala nejvyhlášenější cukrárny Evropy hodnotit tehdy zcela nová evropská organizace Nejlep-

ších cukráren Evropy Relais Desserts International se sídlem v Luxemburku. K dnešku na starém kontinentě dostalo více jak 190 cukráren čestný titul téhož názvu s uvedením ve výjimečném katalogu stejného jména a náležitou propagaci. Nejlepší české cukrárny by se do tohoto katalogu nyní rády probojovaly také. Jako takové, jež budou vyhledávané zahraničními turisty i zákazníky, kteří u nás začnou ochutnávat a posléze třeba objednávat k nejrozmanitějším příležitostem. Nejen tedy proto, aby šířily slávu řemesla, ale prosadily se více globálně, podnikatelsky a dokázaly okouzlit chuťové buňky tím jedinečným, co umíme u nás. Rovněž souvislost s cestovním ruchem to má značnou – proč by o české vynikající cukrařině neměli vědět i cizinci a při putování naší zemí nezavítali zvědaví návštěvníci kromě pivovarů či hradů a zámků také do vyhlášené cukrárny? Je však třeba je to naučit. Soutěž organizovaná letos již po páté by na cestě do prestižního katalogu měla být nápomocna.

Ocenění Nejlepší cukrárna České republiky pro rok 2009 získaly:

Cukrárna Amarilis, Mgr. Jana Dyršmířová, Pešlova 94, Praha 9

Café Charlotte, Eva Nechvátalová, Železná Ruda 77

Pekařství – Cukrářství STÁNA, Stanislava Kortánová, Malá Hraštice 122

Ocenění za návrhy a výrobu dortů v soutěži Nejlepší cukrárna České republiky pro rok 2009

Cukrárna Katrin, Jarmila Jonáková, Dalimilova 59, Chomoutov

Ocenění za výrobu a široký sortiment řemeslných zmrzlin v soutěži Nejlepší cukrárna České republiky pro rok 2009

Cukrárna Marcipánka, Karel Semecký, Mladoboleslavská 8, Praha 9 – Vinoh

Ocenění za výrobu a klasické a moderní zdobení perníků v soutěži Nejlepší cukrárna České republiky pro rok 2009

Zdobení medový perník Jafa, Jarmila Janurová, Přerovská 536, Pardubice

Ocenění za výrobu zákusků a pravé čokolády v soutěži Nejlepší cukrárna České republiky pro rok 2009

Cukrárna – Kavárna Janský, Ing. Zdeňka Eywo Janská, Masarykovo náměstí 8, Vyškov

s využitím tiskových informací připravila Eva Brixi

Činorodost nepochopená

Dám vám hádanku: Co dokáže naštvat ženu hned ráno? Určitě to, když si rozlije voňavou kávu na stůl či na koberec. Anebo to, když je léto v plném proudu a přší, takže se nedá ven pověsit prádlo. Žádný muž na světě by to nepochopil. Takové nicotnosti! Ale považte, co je časné ráno povzbuzující – vyběhnout na zahradu a vědět, že se začíná dařit – prostě vyprané prádlo vesele vlaje a vy víte, že po poledni už bude zase doma, nachystáno k dalšímu zpracování. Svěží, vyfoukané, vedeno rychlostí světla... I pro podnikatelku nebo manažerku to má jisté pragmatické kouzlo, byť ví, že se domů vrátí až pozdě večer...

Ne vážené čtenářky a čtenáři, jinak to opravdu není, nikdo mi to nevymluví. Ženu umí naštvat detail, aniž je to dáma perfekcionalistka. Vy jistojistě víte, že nejde jen o tu všední stránku věci, ale že kráčí o podstatu každodenní drobné radosti, z níž se rodí životní filozofie, kterou se občas podaří předat z generace na generaci. Inu, co můžeš udělati dnes, neodkládej na zítřek. Jedině v tom je třeba hledat pokrok, z takového zázemí roste inspirace a prostor k fantazii.

A co nás, ženy, dráždí tak všelijak a všeobecně? Když se třeba nadšeně rozhodneme vylepšovat obydlí, ale nikdo nemá pro náš záměr pochopení. Nebo... asi takových nebo znáte spousty. Třeba o koupi plavek v domnění, že si je obléknete aspoň přes víkend, jenže... Například že si vyšlápnete k lesu na houby, ale nikdo v rodině kromě vás na to nemá náladu. Nebo čekáte od lékaře odpověď na otázku, kdy konečně shodíte pár kil, a on odpoví, že je to jen a jen na vás...

Stane se, že si naplánujete do podrobností celé léto, a pak nakonec improvizujete den co den. Rozhodnete se vnést do svého počínání konečně po letech řád a systém, ale nějak se vám to vymkne z ruky. Jste pro originální, individuální řešení, jak ze sebe udělat perpetuum mobile včetně prázdninového odpočinku, a pak zjistíte, že jste si na svá bedra jen naložily více nekontrolovatelných povinností místo abyste požádala své rodinné příslušníky, aby přišli k rozumu.

Už se usmíváte? Já také. Není nad to snažit se vypořádat se vším, co stojí za pozornost. Jenže – jak to udělat, aby vše šlo samo? Jak docílit ideálu? Jak se změnit, aniž by člověk musel pálit staré mosty, aniž byste na proměnu návyků musely vydávat nadbytek energie? To tedy netuším.

A tak raději v noci uléhám k spánku s čistou hlavou, bez velkorysých nestresujících plánů, ale malým předsezvetím: nemyslet na blbosti a být ještě více praktická. A ráno už si kafe pro jistotu nevařím...

vaše Eva Brixi

partneři www.madambusiness.cz

mojetelevize.cz

www.mojetelevize.cz

genius | MEDIA



www.templarske-sklepy.cz



www.slune.cz



www.vox.cz



www.ab-cosmetics.com

ECONOMY RATING

www.economy-rating.cz

Spustili jsme inovované webové stránky www.madambusiness.cz. Do života vstoupily s partnery, jejichž logo pravidelně najdete nejen na uvedeném webu, ale i v tištěné verzi Prosperity Madam Business. Máte-li chuť se zařadit mezi tyto partnery, neváhejte a ozvěte se.

Prosperita Madam Business

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 3, červenec 2009

Vydává RIX, s. r. o., Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9, pod vedením PhDr. Evy Brixi-Šimkové
e-mail: brixi@prosperita.info, mobil: 602 618 008

obchodní ředitel Martin Šimek, mobil: 606 615 609

design: Věra Vinterová a Karel Švihel

zlom: Karel Švihel, korektury: Mgr. Pavla Rožničková

tisk: Moravská typografie, distribuce: 5P Agency, www.madambusiness.cz

Placené textové materiály jsou označené grafickým symbolem



Co děláte, když zjistíte, že víc spěchat už není v lidských silách?

►► Dana Růžicková, PR a marketing 1. VOX a.s.

V první chvíli si pomyslím, že bude ještě hůř. A hned na to slyším hlas své babičky: Všechno na světě má svůj čas – radost, slast i strast. No a pak už jen dělím podstatné od nepodstatného. To druhé, dříve či později odezní samo.



Co oceňujete na podnikatelkách a manažerkách?

►► Prof. Ing. Richard Hindls, CSc., rektor Vysoké školy ekonomické v Praze

Nikdy nečiním rozdíl mezi pohlavím. Hodnotím člověka pouze podle toho, zda dělá svou práci dobře a rád. Řízení firmy a zaměstnanců bývá těžkou zkouškou odolnosti manažerů a podnikatelů a dvojnásob to platí v současném období krize. Ano, ženy vedle profesních povinností obvykle čeká i hodně práce v rodině. Ne nadarmo se o nich však tvrdí, že jsou vůči negativním vlivům odolnější. Oceňuji, že se s nimi vyrovnávají lépe než muži.

Informace do kabelky

MeteoUNIQA varuje před nepřízní počasí

Od července nabídne UNIQA pojišťovna exkluzivní meteorologický servis: její klienti budou dostávat místně cílené zprávy o blížící se extrémní nepřízní počasí, která by mohla ohrozit jejich zdraví nebo majetek. Informace formou SMS nebo e-mailu budou vázány na poštovní směrovací číslo, které adresát předem uvede. Cílem služby nazvané MeteoUNIQA je pomoci klientům připravit se včas na velký výkyv počasí, jako jsou vichřice, prudké lijáky, náledí nebo krupobití, a provést preventivní opatření k ochraně zdraví i materiálních hodnot. UNIQA navázala spolupráci se společností UBIMET GmbH, největší soukromou firmou nabízející servis v oblasti předpovědi počasí pro region střední Evropy. Tým zkušených meteorologů vyhodnocuje 365 dnů v roce a 24 hodin denně aktuální hlášení z 14 000 meteostanic po celém světě. Vyhodnotí-li experti blížící se výkyv počasí jako extrémní, rozešlou zprávu o něm předem dohodnutou formou klientům UNIQA, které by mohl ohrozit. Obsahem zprávy je specifikace druhu nepříznivého počasí, upřesnění jeho síly a času, kdy by mělo nastat. Informace dorazí s dostatečným předstihem minimálně několika hodin. Další podstatnou výhodou je, že místo všeobecné předpovědi počasí pro regiony nebo celou republiku obdrží klient vždy jen informace týkající se cíleně místa podle jím zvoleného PSČ. Služba bude poskytována zdarma těm klientům UNIQA, kteří sjednají vybrané pojistné produkty, a členům věrnostního programu Q-Partner. Službu mohou využívat například jednotlivci, firmy, provozovatelé lanovek, podnikatelé v zemědělství.

(tz)

Virtuální kancelář

je nápad jak ušetřit

Počet firem, které se v rámci úsporných opatření rozhodly opustit tradiční formu pronájmu nemovitostí a svou firmu přesunou do virtuální kanceláře, v poslední době narůstá. Jak ale taková kancelář funguje a jaké má výhody?

V jednom z lukrativních pražských business center sedí v elegantní recepci profesionální asistentka. Celý den vyřizuje telefony, přijímá a odesílá faxy, třídí poštu. Na první pohled recepcce, jakou má každá druhá firma u nás. Je tu ale podstatný rozdíl. Slečna zde totiž sedí sama, ostatní zaměstnanci firmy pracují doma, v pobočkách v jiných městech nebo zemích. Právě jsme se ocitli ve virtuální kanceláři.

Kde se vzaly?

Nabídky prvních virtuálních kanceláří se v České republice poprvé objevily v roce 2002, kdy tyto služby nabízel pouze jediný subjekt. V současnosti se na českém trhu pohybuje více než 30 firem, které nabízejí služby ve všech velkých městech. Poslední dobou jejich obliba prudce roste, jen u naší společnosti se počet objednávek zvýšil o desítky procent. Důvod je zřejmý: současná ekonomická situace. Spousta firem je nucena hledat nové možnosti, jak ušetřit na nákladech spojených s denním provozem. Pro zaměstnavatele je mnohem výhodnější vybavit podřízené notebooky a BlackBerry a nechat je pracovat doma, než platit vybavení kanceláře a drahý nájem v centru města. Ve firmách tak nově vznikají skupiny tzv. mobilních zaměstnanců, kteří nepotřebují trávit čas v kancelářích. Díky tomu může podle našich výpočtů společnost ušetřit 60 až 80 % nákladů na pronájem. Prokazatelně také stoupá produktivita zaměstnanců, kteří již nemusí trávit čas dojížděním. Mohou pracovat v příjemném domácím prostředí, což jim poskytuje mnohem větší klid než třeba klasický openspace. Vzhledem k menšímu počtu jízdy autem do práce se dá říct, že virtuální kanceláře mají i kladný dopad na životní prostředí.

Pro menší a začínající

Virtuální kancelář může využívat prakticky kterákoliv firma. Našími klienty jsou především poradenské, účetní a vzdělávací společnosti. Spadají sem velké mezinárodní korporace ale i střední a menší firmy, které mají do 30 zaměstnanců. Velmi častými uživateli našich

virtuálních kanceláří jsou také firmy, které se pokouší proniknout na český trh. Pro otevření místní pobočky nepotřebují velké investice a pokud se jim expanze nepovede, nemusí řešit, co s pronajatými prostory a nakoupeným vybavením. Stejně tak začínající lokální společnosti stále častěji volí virtuální variantu - vždyť pořízení vlastních kancelářských prostor je hned druhým největším výdajem při rozjezdu nové firmy. Navíc hledání vhodných prostor také znamená investovat čas a peníze. Proto je virtuální kancelář dobrá pro individuální podnikatele a malé firmy, které si při startu svého podnikání nemohou dovolit platit pravidelný měsíční nájem. Další výhodou je, že i menší firma může získat prestižní adresu. Atraktivní lokalita uvedená na vizitce dokáže na zákazníka udělat dojem. Váš byznys se přitom může reálně odehrávat třeba na malém městě.

Pozor na šarlatány

Tak jako v jiných oblastech byznysu, i mezi poskytovateli virtuálních kanceláří se mohou objevit černé ovce. Někteří například nabízejí pouze P.O. Boxy s tím, že jde o plnohodnotnou náhradu kamenného sídla firmy. To je ovšem velký omyl, neboť společnost musí být ze zákona ve svém sídle kontaktovatelná a zastižitelná, což P.O. Box logicky neumožní. Navíc poskytovatel virtuálních kanceláří musí zajistit kontakt mezi klientem a státní správou. Dalším nebezpečím jsou vlastnické vztahy k budově. Pokud se totiž v průběhu užívání virtuálních kanceláří změní majitel business centra, může se stát, že právo k užívání sídla společnosti se zruší společně s právem k užívání nemovitosti. Taková situace, pokud dojde až do krajnosti, může skončit i likvidací klientovy společnosti. Je tedy důležité věnovat výběru poskytovatele velkou péči a případně si ho prověřit u stávajících nebo bývalých klientů, kteří vám dají ten nejlepší obrázek o kvalitě a šíři jeho služeb.

Krátkodobě kdekoli na světě

Jistě vás už napadlo, že virtuální kanceláře mají i jednu nevýhodu. Absence



Lenka Rendlová

vlastního zázemí může vést k těžkostem při sjednávání porad a jednání s obchodními partnery. Je tedy dobré spolupracovat s takovou firmou, u níže jde poskytování virtuálních kanceláří ruku v ruce s nabídkou zařízených konferenčních místností. Naši klienti zpravidla kombinují virtuální kancelář se službou Businessworld, která jim umožňuje získat krátkodobě kancelář prakticky kdekoli na světě. Předcházíme tak i možným konfliktům s předpisy o provozování sídla obchodní společnosti. Některé firmy, včetně té naší, mimo to svým klientům nabízejí i pronájem plně vybavených kanceláří zařízených na klíč, pokud jejich zaměstnanci potřebují některé dny v měsíci pracovat společně.

Konference na dálku

Další službou, která s virtuální kanceláří úzce souvisí a v současné době také zažívá obrovský vzestup, jsou videokonference. Jen v naší společnosti stoupla poptávka po těchto službách za posledních několik měsíců o více než 40 %. Tento nárůst je zcela logický, neboť firmy mohou díky videokonferencím ušetřit spoustu peněz. V průměru se jedná o 75 % nákladů na služební cesty. Navíc odpadá stres z cestování a můžete mít dobrý pocit, že jste nezatížili přírodu. Videokonference se od té klasické zásadně neliší. Dnešní technologie umožňují propojit několik uživatelů, kteří se navzájem vidí v takové kvalitě, jako kdyby seděli vedle sebe. Na druhé straně je tu samozřejmě lidská touha po přímém kontaktu. Těžko říct, co v budoucnu převáží – zda potřeba vidět se s kolegy a obchodními partnery na živo, nebo nutnost maximální efektivity a úspor. Zatím to vypadá tak, že v příštích letech se virtuální trend, povzbuzený světovou ekonomickou krizí, ještě prohloubí.

Lenka Rendlová, Regus Group
Area Sales Manager pro Českou republiku
www.regus.cz

Politika je dnes vyprázdněná

Ženy v politice. Jsou obdivované, kritizované, odsuzované, je jim záviděno, či přáno? Mají nějaké výhody před těmi, které počítají s pevnou pracovní dobou a po osmi hodinách se uzavřou do rodinného kruhu, aby činily své blízké šťastnými? Těžko soudit, každá žena je zodpovědná sama za sebe, a jen ona dokáže nejlépe odhadnout, jaká bude její role ve společnosti. Na druhé straně každá má své sny, touhy, vize, jež koriguje role matky, a některé osobité vlastnosti, které posouvají život do vyšších pater.

Ženy v politice jsou zajímavými osobnostmi. Názory mívají utříbené a vědí, čeho chtějí dosáhnout. Obdobně bych si tak dovolila charakterizovat Markétu Reedovou, kterou většina lidí zná jako náměstkyni primátora Hlavního města Prahy. Nedávno stanula v čele SNK Evropští demokraté.

Stala jste se předsedkyní SNK ED – co všechno bude tato pozice obnášet?

Bude to klasické řízení strany a v čase předvolebním také vyjednávání s jinými subjekty o tom, jak budeme kandidovat do říjnových parlamentních voleb. Prosadila jsem totiž, že se těchto voleb jako samostatná kandidující strana nezúčastníme. Nechceme třístit síly. Proto jsme se domluvili se stranou Věci veřejné na spolupráci. Máme stejné názory, bylo by dost nemoudré jít do voleb na dvou kandidátkách.

Budete muset ještě lépe hospodřit s časem, abyste zvládla nejen roli náměstkyni pražského primátora,



Markéta Reedová

předsednictví ve straně, ale i další funkce. Máte již strategii?

Určitě je to nyní složitější. Na druhou stranu, část stranické agendy zároveň obstarávají moji kolegové. Mně nečiní problém delegovat na ně práci a odpovědnost.

Uvedla jste, že svůj mandát berete jako krizové řízení strany – co si pod tím máme představit?

Aktivně jsem o pozici předsedkyně strany neusilovala. Na volebním sněmu

však došlo k patové situaci, kterou šlo rozlousknout jen mým zvolením. Mým cílem je proto najít východisko, jak bychom jako politická strana mohli v budoucnu lépe prosazovat své myšlenky. Jsme pravicovou alternativou ODS, která se přece jen v průběhu let unavila. Myslím, že lidé z velkých stran postupně ztrácejí kontakt s realitou, zapomínají, proč jsou vlastně v politice, že pracují pro své voliče. Toho chceme využít.

► **Jaké postavení v portfoliu politické scény by měla mít v blízké budoucnosti strana, již nyní vedete, a co od ní voliči mohou očekávat?**

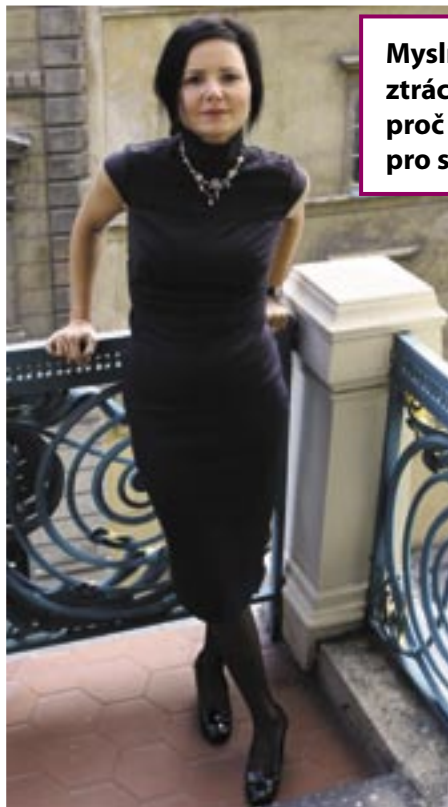
Máme poměrně výrazné zastoupení v regionech, na celostátní úrovni jsme oslabili. Přesto se domnívám, že na politické scéně chybí liberální strana, která respektuje svobodu jednotlivce nejen v ekonomickém smyslu slova. Jak jsem již zmínila, spolupracujeme s Věcmi veřejnými a dalšími subjekty. Dohromady máme reálnou šanci na to dostat se do sněmovny a ovlivňovat tuzemskou politiku.

Co chybí české politice?

Jednodušší by bylo odpovědět, co jí nechybí... Ale dobře, myslím, že jí chybí slušnost, korektní jednání, a hlavně silné ideje. Politika je dnes vyprázdněná.

Žena na politické scéně – pořád to cítím jako exotiku dálav. Má smysl celospolečensky tuto myšlenku podporovat?

Určitě ano, více žen by politickou scénu mohlo jedinečně kultivovat. Konec konců, ženy mají v politice silnou tradici. Když se budeme bavit o českém protikomunistickém



Myslím, že lidé z velkých stran postupně ztrácejí kontakt s realitou, zapomínají, proč jsou vlastně v politice, že pracují pro své voliče. Toho chceme využít.

kém odboji, především se zastavíme u jména Milada Horáková. Ve Velké Británii jsou ženy vítanou součástí politiky, stačí vzpomenout královny Alžbětu a Viktorii nebo premiérku Margaret Thatcherovou. Stejně tak v americké administrativě hrály prim ženy jako Condoleezza Riceová či Madeleine Albrightová. Tak by se dalo pokračovat.

Rozumíte medializaci, sama jste vyšla z novinářské obce – oč bude vaše strana usilovat na tomto poli? Jaký obraz se budete snažit vystavět v očích veřejnosti?

My jsme pro maximální otevřenost vůči médiím. Na druhou stranu, mrzí mě, když vidím, že média nedokáží dokončit řadu kauz. Převládá tzv. laserem naváděná žurnalistika. Jinými slovy, když se objeví kauza, rychle se na ni všichni vrhnou, aby ji pak se stejnou rychlostí opustili.

za jasné odpovědi poděkovala Eva Brixl

MasterCard podporuje české ženy podnikatelky

Společnost MasterCard se stane i v letošním roce partnerem Ocenění Českých Podnikatelek – OCP, které si klade za cíl podpořit a ocenit nejúspěšnější české podnikatelky. Společnost MasterCard je partnerem této akce již druhým rokem. „Jsme velice rádi, že můžeme podporovat projekt, který má značný přínos pro rozvoj podnikání v Česku. Ocenění Česká žena navíc uznává a obdivuje usilovnou práci žen, které svým pracovním nasazením, inteligencí i špetkou ženské intuíce dosáhly v oblasti podnikání nemalých úspěchů,“ řekl Pavel Javorský, generální ředitel MasterCard Europe pro Českou republiku a Slovensko. „Soutěž považuji za výborný nápad, jak ukázat ambiciózním ženám, že jejich práce nezůstala bez povšimnutí a že jejich cit pro podnikání může být v mnoha směrech inspirativní pro řadu dalších žen i mužů. Navíc si myslím, že u žen jsou podnikatelské úspěchy hodny obdivu o to více, že kromě náročných podnikatelských úkonů zvládají tyto ženy vytvářet i útulné a povzbudivé rodinné zázemí. Rozhodně si tedy zaslouží zájem, obdiv a úctu,“ dodal dále Pavel Javorský.

MasterCard pro ženy

Společnost MasterCard si uvědomuje diverzi-

fikaci v potřebách svých klientů, a proto nabízí svým klientům různé typy platebních karet tak, aby si každý našel tu, která nejvíce vyhovuje jeho požadavkům. V portfoliu produktů společnosti MasterCard nechybí ani „karty šité na míru“ ženám, a to jak z hlediska služeb, tak i z hlediska designu. Příkladem mohou být specifické kreditní karty vydávané ve spolupráci s kosmetickou společností. U žen, ale mnohdy i u mužů, se velké oblibě těší rovněž kreditní karty, ke kterým se vážou speciální asistenční služby, např. při odtahu vozidla, pomoc zámečnicka či instalatéra.

Ocenění Českých Podnikatelek – OCP

Ocenění Českých Podnikatelek – OCP bude uděleno na slavnostním finálovém večeru 21. října 2009 v prostorách Kláštera minoritů sv. Jakuba v Praze. Umožňuje ocenit ženy jako osobnosti a poukázat na významné projekty nebo inovace v různých

oborech, které české firmy pod jejich vedením přinášejí na český nebo evropský trh. Soutěž je zcela nezávislá díky exaktně měřitelným ekonomickým parametrům monitorujícím hospodaření společností po dobu několika let. Tuto nezávislost zaručuje mimo jiné také odborný garant soutěže. Pro letošní rok se jím stala akciová společnost CCB – Czech Credit Bureau, která dodává řešení pro credit risk, nástroje pro ratingové/scoringové hodnocení různých typů subjektů a obchodní informace o firmách. V rámci soutěže budou uděleny ceny ve dvou kategoriích. V první kategorii „Česká zakladatelka, která podnik vlastní a řídí“ budou uděleny ceny za první místo v podkategoriích malá firma (10–24 zaměstnanců), střední firma (25–99 zaměstnanců) a velká společnost (100 a více zaměstnanců). Druhá kategorie „Cena České spořitelny – výjimečná podnikatelka“ bude vyhodnocena bez ohledu na počet zaměstnanců. V každé kategorii bude osloveno maximálně 20 finalistek, ty budou kontaktovány zakladatelkami soutěže a budou zvány na osobní schůzky s cílem získat co nej kvalitnější informace pro posouzení hodnocených kritérií. Celkové hodnocení provádí porota, jejíž členové jsou významné osobnosti, jak z řad manažerů se zkušenostmi s řízením firmy, tak zástupci vysokých škol, anebo vyslanci specializovaných organizací.

(tz)



Léto není jen dobou odpočinku

Většina lidí si léto spojuje s prázdninami a dovolenými. Podnikatelé a firmy si však v letních měsících nemohou dlouhou přestávku na odpočinek dovolit. Snaží se na sezonu dobře připravit, aby využili všech příležitostí, které může toto období pro jejich podnikání nabídnout. Dvojnásob to platí v době krize. Několika žen v businessu jsme se tedy zeptali, co letní období znamená právě pro ně.

Jarmila Jonáková,
podnikatelka, cukrářská výroba Katrin,
restaurace V podkroví, Olomouc-Chomoutov

Léto je u nás spojeno zejména s výrobou dortů a se svatbami. Ani letos si nemůžeme stěžovat na nedostatek práce. Zakázek máme tolik, že sotva stíháme všechny zájemce uspokojit, i když děláme od pěti ráno do půlnoci. Týdně vyrábíme 28 svatebních a narozeninových dortů od čtyř do 25 kilogramů, bohatě zdobené marcipánem. V restauraci V podkroví nabízíme svatby na klíč včetně výslužek s koláčky. Je o nás známo, že vysoká kvalita produkce nám přinesla řadu ocenění, například jsme získali titul Nejlepší cukrárna ČR za rok 2005 a Nejlepší návrh svatebního dortu. Cukrářské zboží zn. Katrin dodáváme do 300 obchodů a hotelů v Praze, Brně a dalších městech, prodáváme ho i do Německa a Vídně. A sotva skončí letní sezona, už musíme myslet na trvanlivé vánoční cukroví, takže se nás šest žen ve výrobě zastaví až 22. prosince.



Inka Urbanová,
manažerka firem Petr Urban, Pravá Pivrnco-
vutyka a Pivrncova jedenáctka

Na léto připravujeme ve Smržovce otevření galerie s občerstvením, která vznikne z Pravé Pivrncovy putyky. Chceme tam představit Petra Urbana, jak ho ještě veřejnost moc nezná – jako autora olejů a pláten a ilustrací ke knížkám Dobrý voják Švejk a Malostranské povídky. V galerii by se měly v budoucnu objevit také práce naší dcery, která začala kreslit, i dalších výtvarníků. Krizi v pohostinství pociťujeme. Hospody si sice na nezáměr stěžovat nemohou, ale hosté více přemýšlejí nad každou utracenou korunou. Petr má zatím dostatek reklamních zakázek a práce na ilustrování publikací. Uvidíme na podzim, jak krize dolehne i na knižní trh.



Eva Čepelíková,
jednatelka společnosti AUTO DAKAR, s.r.o., Teplice

Letní měsíce pro nás, jako pro prodejce automobilů PEUGEOT, bývají zpravidla klidnějším obdobím, zájem našich zákazníků se soustřeďuje především na přípravu a údržbu vozidla před letní dovolenou. Na servisu máme stále plno práce, navíc až do konce července platí cenová zvýhodnění na různé servisní úkony, u kterých mohou naši zákazníci velmi ušetřit. Také v případě nových vozidel je v nabídce několik zajímavých akčních modelů, které je výhodné zakoupit právě teď. Rádi všem poradíme jak s výběrem nového vozu, tak s tím, jak vozidlo na motoristickou sezonu co nejlépe připravit.



Mgr. Jaroslava Rezlerová,
generální ředitelka Manpower Česká republika
a Slovenská republika a viceprezidentka
Asociace poskytovatelů personálních služeb

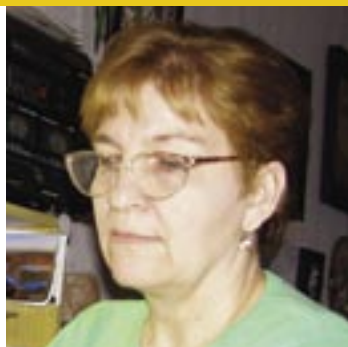
Činnost se nám nijak zásadně nemění, musíme být pořád ve střehu a nepolevovat v úsilí a stále poskytovat stoprocentní servis pro klienty a uchazeče. Práce máme paradoxně mnohem více. Na naše pobočky chodí mnohem větší počet zájemců o práci a na druhé straně je mnohem těžší získat zakázku z firem na personální služby. Musíme dnes komunikovat s potenciálními klienty mnohem více než v minulosti. Letní období se projevuje především nárůstem sezonních prací, cítíme zvýšenou poptávku po brigádách. Připravujeme speciální cenovou akci pro klienty, kteří budou potřebovat dočasné náhrady za zaměstnance na dovolených.



► **PhDr. Miroslava Vohralíková,**
podnikatelka, VHpress, Hradec Králové

Po osmi letech jsem si zase dopřála dovolenou. Měsíčník Bio a také Výzva na kanále pro radioamatéry s měsíční periodicitou však vyžadují neustálé nasazení, proto jsem se rozhodla, že čtenáři dostanou poprvé po 13 letech dvojčíslo červen–červenec 2009 s větším počtem stránek.

Krizе se mého vydavatelství VHpress také dotýká. V Hradci Králové skončil provoz jediné novinové rotačky a pro mě to znamenalo hledat jinou tiskárnu a pro čtenáře přechod z novinového na kvalitnější papír. Lidé sice víc šetří, ale náklad časopisů se zatím snížil jen nepatrně.



Ing. Gabriela Pithartová,
ředitelka Správy marketingu a komunikace, Cetelem

V létě se pro mě nic zásadního nemění. Naopak, je to doba, kdy finalizujeme novinky a akce pro nadcházející sezonu podzim/zima a také připravujeme strategie pro další rok, takže práce je spíše více než méně.

Okurková sezona u nás přes prázdniny rozhodně nehrozí. Každoročně chystáme několik speciálních letních akcí pro nové i stávající klienty. Letos máme např. mimořádnou nabídku Osobních půjček, kdy lze získat 150 000 Kč již za 2950 Kč měsíčně při délce splácení 72 měsíců (RPSN 12,92). To vše již včetně pojištění schopnosti splácet a bez dalších poplatků za vedení či



zřízení účtu. V současné době pozorujeme dopady krize zejména na zhoršujícím se profilu současných i nových klientů. Jejich ekonomickou situaci ovlivňuje hlavně snižování rodinného rozpočtu, ztráta zaměstnání apod., ale také i celkové obavy z budoucího vývoje ve společnosti. Tyto a další faktory pak mají velký vliv na schopnost klienta úvěr splácet. Dalším faktorem, který má dopad na naše podnikání, je např. i množství a hodnota volných finančních prostředků na mezibankovním trhu.

Dr. Radka Bergerová,
PR manažerka agentury PR Attack

V létě mám se svými kolegy paradoxně více práce než například na jaře, protože dobíhají mediální a PR kampaně našich klientů, připravujeme reporty z kampaní, které končí často v červnu a připravujeme nové kampaně a komunikační strategie na září. Máme však i klienty, kteří zaměřují prodej svých produktů a služeb na léto, takže i my se tomu musíme přizpůsobit a vyvinout maximální úsilí, abychom podpořili prodej. Je to trochu složitější a časově náročnější, protože například novináři jezdí na dovolenou a různě se zastupují a my musíme hledat nové zodpovědné a kompetentní osoby. V létě také připravujeme nabídky a rozpočty pro nové klienty a pro spolupráci s klienty stávajícími. Musíme být mnohem více přesvědčiví, dávat více argumentů, že naše služby jsou ty nejlepší a že dokážeme garantovat jejich návratnost. V období ekonomické krize se samozřejmě mnoho firem snaží na reklamních a PR aktivitách ušetřit co nejvíce. Na druhou stranu si začínají uvědomovat, že právě PR je mnohem levnější a efektivnější cesta komunikace než klasická inzertce, takže si zatím na nedostatek práce nemůžeme stěžovat.



připravil Pavel Kačer

Grilujte „na kokosu“ - revoluční novinka v ČR

Chutně a ekologicky mohou nyní grilovat i čeští gurmáni, a to na revoluční novince, která právě dorazila na český trh – na kokosových grilovacích briketách Kobri. Po velkém úspěchu, který zaznamenaly brikety ve Švédsku a Rakousku, se konečně dostaly také do ČR, k českým milovníkům grilovaných dobrot, kteří si je od poloviny července budou moci zakoupit. Brikety jsou vyrobené z lisovaných zuhelnatělých slupek kokosových ořechů, jsou ekologicky šetrné k přírodě a dávají pokrmu nezaměnitelnou chuť. Díky svým unikátním vlastnostem, jako např. extrémně dlouhé době žhnutí, minimu zbytkového popela, jedinečné příchuti grilovaného pokrmu, se věhlas kokosových briket rozšířil i na další kontinenty. Od poloviny července si bude moci česká veřejnost zakoupit tuto

revoluční novinku prostřednictvím webových stránek: www.kokosovebrikety.cz.

Později budou brikety prodávány i v některé maloobchodní síti (informace o prodejích budou zveřejňovány na webu). „Když jsem Kobri poprvé vyzkoušel, byl jsem mile překvapen především tím, že naprosto odpadl nepříjemný zápach, který je charakteristický pro většinu grilovacích produktů ze dřeva. Ten pak může negativně ovlivnit i chuť připravovaného pokrmu. Brikety z kokosu nemají při žhnutí žádný zápach a může tak vyniknout přirozená chuť jídla. Gurmán může v některých případech zaznamenat v grilovaném masu



nebo zelenině velmi jemné esence z kokosu,“ vzpomněl na svou první zkušenost s kokosovými briketami Tomáš Levý, zástupce šéfkuchaře v pražské restauraci Infinity. „Profesionál i laik určitě ocení velmi dlouhou dobu žhnutí. Nemuset doplňovat palivo během přípravy pokrmu na grilu je neocenitelnou výhodou,“ dodal profesionální kuchař. (tz)



Růžové víno ženám sluší



Růžové tóny pobláznily svět. Líbí se nám růžové notebooky, růžové tenisky, růžové spodní prádlo, rády i rádi si oblékáme růžová trička, kravaty a šály s růžovými motivy, pořizujeme si psací potřeby s růžovými ornamenty. Doklady uschováváme v růžových plastových deskách, ke slavnostnějšímu posezení se známými zvolíme růžovou svíčku na stůl a samozřejmě růžovou růži do vázy. Nakonec – proč ne. Barvy jsou od toho, aby nám přinášely radost, aby zpestřovaly celý náš život. Jsou naším rozjívěným průvodcem na každém kroku.

Také vinaři jako by si řekli, že využijí trendu a růžovou barvu využijí jako podnikatelsky nadmíru atraktivní. I z mnoha jiných důvodů se však ocitla v jejich nabídce růžová vína. Jak se ukázalo, filozofie svěžesti, již šikovně oslovili své příznivce, ale i širokou veřejnost, měla a má úspěch. Růžová vína se stala vítanými na našich stolech. Sama o sobě přinášejí více než pohodu a lehkost řeči. A protože růžové víno je i častým nápojem léta, nevybrali jsme si pro náš hlavní červencový rozhovor Ing. Pavla Pastorka, místopředsedu společnosti Templářské sklepy Čejkovice, vinařské družstvo, náhodou:

Templářské sklepy umí vždy s předstihem chytit trend doby – marketing je vaší silnou zbraní ve víru konkurence. Máte na tom osobní manažerský podíl...

Dobré výsledky našeho vinařského družstva – to není pouze moje zásluha. Při velikosti naší firmy se jedná – obrazně řečeno – o koncert slušně velkého tělesa, kde na mě připadá role toho dirigenta. Ale ani sebelepší dirigent bez kvalitních hudebníků nemá šanci na úspěch... Zpět k marketingu, máme určitou výhodu oproti většině konkurenčních firem a tou je výjimečná historie a tradice.

Takže bychom byli sami proti sobě, pokud bychom této skutečnosti nevyužili.

Ostatně opět jste uspěli v soutěži Manažer roku 2008 – čím zaujalo vaše družstvo porotu?

Členové poroty byly velmi překvapeni našimi hospodářskými výsledky, zvláště v současné těžké době, kdy se každodenně dovídáme jenom nepříjemné zprávy (zvláště z rezortu zemědělství a potravinářství). A teď se objeví nějaké družstvo, což už samo o sobě je v našem státě výjimka, které řadu let hospodáří s kladným výsledkem.

Úspěšný manažer umí předvídat – podle čeho se odhaduje, co bude trh vína požadovat za dva tři roky? Jakou chuť budou mít zákazníci, čemu budou dávat přednost v restauracích, čemu při domácích oslavách?

racích, čemu při domácích oslavách?

Zde se vrátím k vaší první otázce – s předstihem chytit trend doby. Pokud bych jednal jako např. výrobci aut, kteří omezili výrobu a propustili zaměstnance, tak minulý rok při sklizni by naše družstvo nezpracovalo ve své historii 15 let největší množství hroznů. Rozhodnutí, která jsme ve firmě přijali, se nyní ukazují jako správná, dnes máme k dispozici dostatek kvalitních vín v širokém sortimentu a v různých cenových relacích, takže dokážeme splnit i mnohdy podivné požadavky našich zákazníků.

V současné době jsou módní růžová vína. Proč zrovna ona?

Trend konzumace růžových vín se u nás dostává v posledních letech stále více do popředí. Má to svou logiku, protože oproti době před několika málo lety se snižuje odbyt tuzemských červených vín, takže růžová vína jsou řešením pro zpracování hroznů modrých odrůd. Co se týká kvality, zde se opět naše růžová vína mohou postavit vedle stejných vín zahraničních producentů. Jedná se o svěží, lehčí vína, která je nutno servírovat dobře vychlazená (8 st.), vína s jemnou osvěžující kyselinkou, sympatickým zbytkovým cukrem, velmi harmonická. V jednotlivých odrůdách tato vína jsou odlišná od červeného vína, navíc růžová nemají tolik taninů.

Čím se vlastně vyznačuje růžové víno, jak se vyrábí a pro jaké příležitosti je hlavně určeno?

Jak jsem již naznačil, jsou tato vína přímo ideálním nápojem pro současné



► horké večery, kdy po celodenním parnu nám dobře vychlazené růžové víno přinese očekávané osvěžení. Také použití v gastronomii je velmi široké – saláty nejrůznějších druhů, omáčky, jemné masité pokrmy hlavně z bílých druhů masa, dezerty. Výroba těchto vín probíhá stejně jako výroba bílých vín, to znamená, že se hrozny modrých odrůd bezprostředně po sklizni lisují, z nich získaný růžový mošt je ošetřen jako mošt bílých odrůd (odkalení, použití ušlechtilých kmenů kvasinek, a zejména kvašení při řízené nižší teplotě).

Ženy k růžovým vínům patří snad stejně jako zahradní slavnosti, cukrárny nebo módní styly v oblékání – ostatně renezanse růžové na každém kroku je více než nápadná. Budete právě ženy oslovovat nějak nápadněji?

Myslím si, že pánové by se měli chovat jako správní gentlemani a svým dámským protějškům takováto vína nabízet... Ale vážně – máme poznatky, že růžová vína se skutečně dámské části populace velice líbí, že „zapadla“ do jejich požadavku chuti vína nejen svou sympatickou růžovou barvou. Takže byli bychom sami proti sobě, kdybychom něžnou polovinu lidstva na naše růžová vína nenavigovali. Ostatně když se podíváte na naše webové stránky www.templarske-sklepy.cz, přesvědčíte se, jaký význam růžovým vínům přikládáme.

Růžové víno by se podle mne mělo také podávat k recitaci poezie. Ostatně co zkusit vyjít vstříc básníkům a básníkům a přiložit k dárkovému balení vína svazek veršů?

Máte pravdu, růžové víno k poezii přímo vybízí, takže v některých propagačních materiálech se pár veršů objevuje. Sebekriticky se ale přiznávám, že tímto druhem múzy mne sudičky zrovna dokonale nevybavily... Nebo máte na mysli, abychom vyšli vstříc některým českým básníkům a přiložili několik jejich básní šikovně graficky upravených k dárkovému balení růžového vína? Marketingově by to bylo něco nového, z hlediska poslání užitečného. Lidé by se opět učili vnímat poezii, v něčem máte skutečně pravdu...

Jaký podíl zaujímá růžové víno ve vašem sortimentu – budete chystat nějakou novinku z letošní úrody?

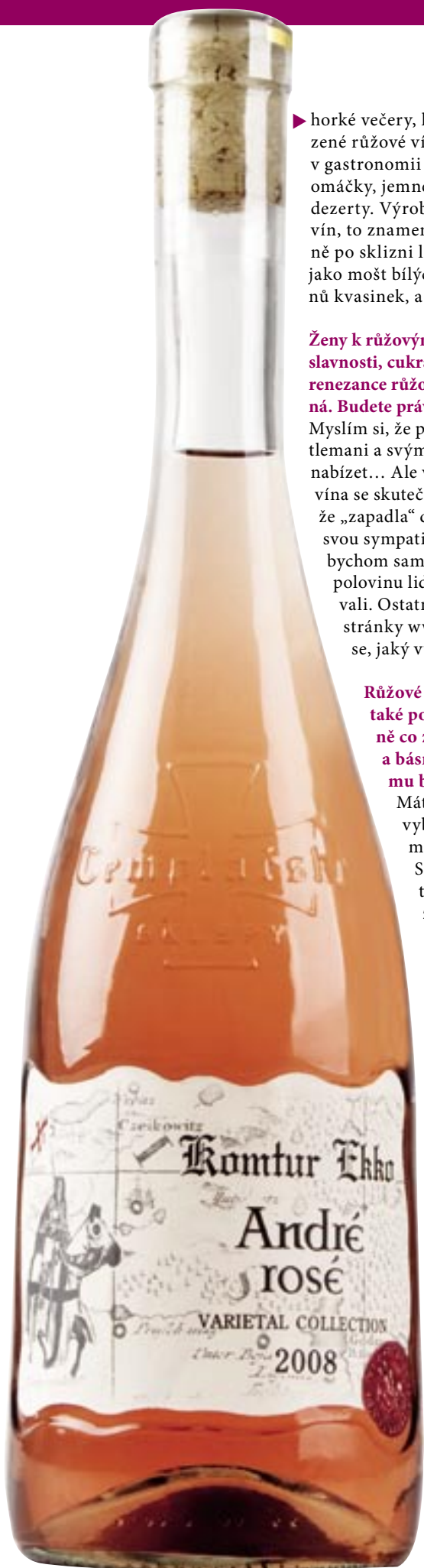
V našem sortimentu zabírají růžová vína kolem 10 %, ale již teď připravujeme pro letošní sklizeň nové druhy růžového, věřím, že alespoň stejně zákaznický zajímavé, jako ty stávající.

Určitě již máte naplánované Vánoce. Čím Templáři zaujmou?

Ne že bych byl vázán nějakým obchodním tajemstvím, ale bude vhodnější se nechat překvapit. Věřím, že to bude velmi příjemné...

otázky připravila Eva Brixi

foto: archiv templářské sklepy Čejkovice,
vinařské družstvo ¶



Posvítila si na solárka

Česká obchodní inspekce se v minulém roce zapojila do mezinárodní kontrolní akce s dotací EU nevídaného charakteru. Předmětem dozoru byly spotřebiče pro ošetřování pleti použitím ultrafialového záření, v našem slovníku známé jako solária.

V první etapě, která proběhla v posledním čtvrtletí roku 2008, se zúčastnilo pět inspektorátů. Jednalo se o kontrolu základních požadavků, tedy dokladů k přístrojům, nikoliv

však kontrolu samotného záření, neboť v té době ještě nebyla vydána norma omezující hodnotu vyzařování trubic používaných v soláriích. Bylo zkontrolováno 26 subjektů (62 typů přístrojů), alarmující je, že z toho u 17 subjektů byly nalezeny závady.

Ve dnech 26. až 30. dubna 2009 se uskutečnila velmi složitá a časově náročná měření solárií speciálním přístrojem za přítomnosti nizozemského zástupce akreditované zkušebny Úřadu pro bezpečnost spotřebitelských a potravinářských výrobků, kterého nám vyslala EU. Bylo zkontrolováno 8 sub-

jektů, závada byla zjištěna u 6 z nich. Česká republika byla třetí zemí, kde tato měření probíhala. Před námi bylo měření zorganizováno v Německu, kde ze 2 subjektů nevyhověl jeden, a v Dánsku, kde byly závady nalezeny ve 3 případech z 6. Evropská Komise rozhodla, že tento rok se bude měřit minimálně ještě v Maďarsku, Finsku, Litvě, Kypru a Polsku. „Situace je dle výsledků alarmující, chceme tudíž navázat na měření, která zde byla provedena koncem dubna právě pod záštitou EU. V současné době hledáme vhodného autorizovaného partnera,“ řekla RNDr. Jana Příhodová, ředitelka České obchodní inspekce.

(tz)



Sluníčko, krása, pohoda a naše zdraví

Sluneční záření je spektrum elektromagnetického záření tří vlnových délek: ultrafialového, viditelného a infračerveného. Ultrafialové záření se dále dělí podle vlnové délky na tři pásma, a to na UVA (320–400 nm), UVB (280–320 nm) a UVC (200–280 nm). UVC záření je blokováno ozonem v stratosféře, nicméně člověk mu může být náhodně vystaven při ozáření germicidní lampou. UVA a UVB dopadá na zemi a má biologické následky při ozáření kůže a očí. UVB se pohlcuje v kůži, vede ke vzniku zarudnutí (erytému), popálení, ev. i ke vzniku kožních nádorů. UVA je též karcinogenní (tj. vede ke vzniku kožních nádorů), ale působí i na stárnutí kůže. Kůže odpovídá na expozici slunečního záření opálením (ztmavnutím) a ztlustěním, což je částečná ochrana před UV zářením. Stupeň pigmentace kůže a schopnost opálit se jsou důležité pro vznik nádorů. Těmi trpí nejčastěji osoby se světlou pletí, které se snadno spálí.

Krátkodobý efekt ultrafialového záření na kůži

Akutní ozáření UV světlem vede k poruchám genetické informace (DNA), savčí buňky jsou však vybaveny k tomu, aby DNA mutacím předcházely nebo je opravovaly. Po akutním působení UV záření dojde ke spálení kůže. Navzdory schopnosti opravit poškození DNA do určitého stupně, toto poškození zůstane. Na mikroskopické úrovni nastává po ozáření kůže ultrafialovým světlem ztlustění rohové vrstvy pokožky,

celé pokožky i škáry, dochází k otoku mezi buňkami ve škáře a ke vzniku zánětu. Pigmentace kůže (její ztmavnutí, opálení) je dvoufázová. Nejprve dojde k okamžitému ztmavnutí (v důsledku posunu kožního pigmentu melaninu přítomného v kůži) a poté k opožděné tvorbě nového pigmentu – melaninu. Ztlustění pokožky způsobené UV zářením je důsledkem zvýšené aktivity buněk pokožky a škáry za 24–48 hodin po ozáření, doprovázené zvýšenou syntézou nukleových kyselin (DNA, RNA) a bílkovin. Změny na mikroskopické úrovni jsou jen přechodné, a pokud nenásleduje další expozice UV záření, změny se vrátí do normálu za 1–2 týdny. UV záření způsobuje nejen spálení kůže, ale také potlačení imunitní odpovědi kůže, tj. imunosupresi, včetně potlačení kontaktní přecitlivělosti a opožděné přecitlivělosti. Imunosuprese kůže je potom spojena s vyšším rizikem vzniku kožních nádorů.

Dlouhodobý efekt ultrafialového záření na kůži

Dlouhodobý účinek UV záření na kůži je výsledkem opakovaného poškození genetické informace (DNA) a chronického zánětu. Poškození kůže zářením může nakonec vést ke vzniku kožních nádorů, což je proces, kdy se kůže vymkne imunologickému dohledu.

Stárnutí kůže světlem

Stárnutí kůže světlem je důsledkem chronické expozice slunce. Klinicky jsou přítomny suchost kůže, nepravidelná pigmentace,

vrásky, ztráta pružnosti a zežloutnutí kůže (elastóza), rozšíření žilek (teleangiektázie). Tyto změny jsou nejvíce patrné u osob se světlou pletí, po dlouhodobém působení slunce. Vidíme je nejvíce na obličeji, krku, hřbetech rukou. Jak UVB, tak i UVA je zodpovědné za stárnutí kůže světlem. UVA indukuje tvorbu reaktivního kyslíku, jenž reaguje s lipidy a aminokyselinami buněčných membrán. Poškozením membrán se uvolní kyselina arachidonová, aktivuje geny UV odpovědi. Již za jeden měsíc expozice kůže nízké dávce UVA (tzv. suberytémová dávka, jež nepůsobí zčervenání kůže) dojde ke ztlustění rohové vrstvy pokožky, vymizení imunitních buněk pokožky (Langerhansových buněk) a nakupení zánětlivých buněk na elastických vláknech škáry.

Vznik kožních karcinomů

Vznik kožních nádorů, tj. karcinogeneze, je proces zahrnující začátek, pokračování a další růst nádoru. Ultrafialové záření působí změny genetické informace a zvyšuje buněčný růst nádoru. Je tedy schopné vyvolat kožní nádor (je to tzv. karcinogen). Při vzniku kožních nádorů hrají roli některé geny (p53, patched, p19 a ras). U maligního melanomu byl identifikován gen p16. Až 20 % rodin s melanomem má mutaci tohoto genu.

Léčba pomocí ultrafialového záření

Navzdory dnes známým faktům, že ultrafialové záření vede dlouhodobě ke stárnutí



Každá z nás chce být hnědá, čokoládová, krásná...

► kůže a kožním nádorům, je ultrafialové záření využíváno v léčbě řady kožních nemocí. Aplikace fotosenzibilizujících látek (psoralenů, tj. látek, které vedou k vyšší citlivosti kůže k záření) se užívala v léčbě vitiliga (získaná ztráta pigmentu) již ve starověkém Egyptě. První klinické studie léčby vitiliga psoraleny byly publikovány v roce 1948. V roce 1974 byla kombinace UVA a psoralenů použita v léčbě psoriázy, dále se začala používat v léčení mycosis fungoides (kožní zhoubný nádor z T lymfocytů), vitiliga i atopické dermatitidy. UVB záření bylo uvedeno do léčby psoriázy v roce 1920. Dnes se využívají zejména přístroje s úzkopásmovým UVB zářením (ty vyzařují vlnovou délku 311 nm), které jsou stejně účinné jako kombinace psoralenu a UVB (PUVA metoda). Nicméně i fototerapie má svá rizika.

UVA fotochemoterapie (PUVA)

PUVA je metoda, která kombinuje účinek UVA záření spolu s podáním psoralenu, který může být ve formě místní (roztok, jenž se natírá 2 hodiny před ozářením na ošetřovanou plochu kůže) nebo celkové (tablety, které pacient užívá 2 hodiny před ozářením). Vysoké dávky záření vedou k nevratným změnám buněk, kterými lze vysvětlit např. protizánětlivý efekt u mycosis fungoides. Třebaže PUVA inhibuje imunitní systém, přesný mechanismus není dostatečně prostudován. Ví se, že PUVA snižuje uvolňování mediátorů z bílých krvinek, tím působí protizánětlivě.

UVB fototerapie

UVB není schopno pronikat do šikry, pro-

to primárním cílem je pokožka. Nicméně i UVB může vést k systémové imunosupresi snad uvolněním mediátorů a kyseliny cis-urokanové z pokožky do cirkulace. Po expozici UVB se většina molekulárních změn u psoriázy vrací k normálu. Ztlustění pokožky je sníženo, granulární vrstva pokožky se vrátí do normálu. UVB působí vymizení T lymfocytů kůže navozením buněčné smrti (apoptózy), ale i přímým cytotoxickým efektem u mycosis fungoides.

Akutní vedlejší reakce

UVB a PUVA terapie

Dávka UV záření se při léčbě postupně zvyšuje, aby bylo vyvoláno jen mírné a bezbolestné zarudnutí kůže. Při PUVA terapii vznikne zarudnutí za 24 hodin, vrcholí za 48–96 hodin. Po UVB záření se zarudnutí dostaví za 4–6 hodin a odpověď vrcholí za 24–36 hodin. Za 4–8 týdnů PUVA terapie se může dostavit vzácně pálivá bolest pod kůží.

Chronicke vedlejší reakce

UVB a PUVA terapie

Riziko vzniku spinaliomu (spinocelulárního karcinomu) závisí na kumulativní dávce UVA. Většina autorů uvádí, že pacienti s více než 200 ošetřeními PUVA mají 10–30x vyšší riziko vzniku tohoto karcinomu a 5x vyšší riziko vzniku bazaliomu (bazocelulárního karcinomu). Mezi pacienty léčenými PUVA byla publikována i ojedinělé případy maligního melanomu. Některé studie nenašly zvýšené riziko za 10–16 let sledování, ale až 5x vyšší riziko bylo pozorováno za 15

let po první PUVA terapii (hlavně u pacientů, kteří dostali více než 250 ošetření). UVB terapie zvyšuje riziko vzniku genitálního spinaliomu 4x, ale zvýšené riziko při dlouhodobém sledování se neprokázalo.

Shrnutí

K léčbě ultrafialovým světlem je třeba přistupovat obezřetně a zodpovědně. UV záření je karcinogen, jehož nepříznivý účinek se uplatní za řadu let. Proto je nutné sledovat a zaznamenávat veškeré druhy záření, kterým je pacient vystaven. Nejvíce ohroženými osobami z pohledu rizika vzniku kožních nádorů jsou nejen osoby se světlou pletí, které se snadno spálí (fototyp I a II), ale hlavně ti jedinci, kteří se trvale opalují jak na slunci, tak v soláriích. Zvláštní pozornost zasluhuji pacienti léčení fototerapií pro kožní choroby, zejména pacienti, kteří absolvovali více než 200 ozáření a ti, kdo trpí poruchami imunity – především nemocní po transplantaci orgánů na trvalé léčbě imunosupresivy, pacienti HIV pozitivní, pacienti léčení moderní biologickou léčbou, ale i klasickými léky, které ovlivňují imunitu člověka (např. methotrexát, cyklosporin, chemoterapie). Tito chroničtí nemocní, kteří jsou v dlouhodobé imunosupresi, mají být dispenzarizováni v poradnách pro kožní nádory, jež jsou při každé krajské kožní klinice nebo oddělení. Na naší klinice je tato poradna každou středu a čtvrtek mezi 11–12 hodinou, ale je možné přijít na vyšetření i kdykoli v ordinaci dobu (8–15.30) bez předchozího objednání a bez doporučení praktického lékaře.

Prof. MUDr. Jana Hercogová, CSc.

Dermatovenerologická klinika UK 2. LF a FN Na Bulovce

e-mail: dermatology@fnb.cz

www.dermanet.cz

Jak jsou na tom v ČR zaměstnané matky pečující o malé dítě?

Na nedávné tiskové konferenci byli novináři seznámeni s výsledky dalšího výzkumu Gender Studies. Poprvé byl také médiím představen Audit rovné příležitosti, který Gender Studies nabízí firmám v ČR.

Výzkum potvrdil, že matky mají zájem harmonizovat práci s rodinou, mají zájem o alternativní pracovní úvazky převážně v období rodičovské dovolené a o využívání zařízení péče o děti. Matky také projevily zájem pracovat v období rodičovské dovolené.

Agentura Ipsos Tambor realizovala pro Gender Studies v uplynulých dnech výzkum mezi matkami dětí do deseti let na téma sladění osobního a pracovního života. Cílem výzkumu bylo zjistit jejich vnímání a zkušenosti se sladěním práce a rodiny; zjistit zkušenosti s návratem z rodičovské a mateřské dovolené, zkušenosti s udržením kontaktu se zaměstnavatelem při MD/RD a zároveň identifikovat ideální možnosti v oblasti sladění práce a rodiny, tudíž zaměřit se na kroky, které by matky uvítaly ze strany zaměstnavatelů. Dále bylo třeba zjistit, zda se respondentky ve svém pracovním životě setkaly s diskriminací. Výsledky výzkumu bude Gender Studies používat převážně při své práci se zaměstnavateli – při vytváření programů pro sladění osobního a pracovního života. Ve výzkumu bylo 605 respondentek (350 z Prahy a ostatní z jiných měst). Výzkum byl uskutečněn na základě dotazníku s 25 otázkami.

Výsledky výzkumu

- **Zaměstnavatelé nemají příliš tendence být v průběhu mateřské a rodičovské dovolené iniciativní v kontaktu, zejména ne mimo nezbytný rámec.**

Na 46 % respondentek bylo sice svým zaměstnavatelem kontaktováno v průběhu MD/RD, ale u 25 % to bylo pouze jednou či dvakrát a z 54 % bylo důvodem vyřízení praktických formalit. Třetina dotazovaných byla nabídnuta nějaká forma spolupráce. Největší procento nekontaktovaných bylo mezi pracovníci bez nutné kvalifikace a z řad nižšího managementu, nejčastěji kontaktované byly naopak pracovníce středního managementu a odborné pracovníce s VŠ vzděláním. Celkově větší procento kontaktů proběhlo mimo Prahu než v Praze.

- **Obecně se dá říci, že matky mají relativně velký zájem pracovat i při rodičovské dovolené.**

Na 62 % respondentek nějakým způsobem pracovalo při RD, např. formou brigády (49 % z nich). Největší motivací pro práci byly finanční důvody (78 % respondentek) a potřeba nesoustředit svůj život jen kolem dětí, přemýšlet také o něčem jiném (50 %). Třetina matek pracovala v průběhu RD pro jiného zaměstnavatele než od kterého na RD nastoupila, hlavním důvodem (60 %) bylo, že práce se dala lépe skloubit s rodinou. Matky, které v průběhu RD nepracovaly, uvedly jako hlavní důvod „chtěla jsem si plně užít čas s dítětem“ (58 %) a neměla jsem žádnou možnost hlídání (53 %).

- **Největší zájem ze strany matek je o pracovní pozice nabízející flexibilní uzpůsobení naplně a pracovní doby jejich rodičovství.**

Na 43 % respondentek by na RD chtělo využít poloviční pracovní úvazek, 24 % méně než poloviční úvazek a 44 % práci formou brigády. V průběhu RD je velký zájem o práci z domova (46 % by ji chtělo využívat, 29 % mělo možnost ji využívat); práci

z domova kombinovanou s prací v kanceláři (43 % by ji chtělo využívat, 21 % mělo možnost ji využít) a pružnou pracovní dobu (42 % by ji chtělo využívat, 32 % mělo možnost ji využít). Po návratu z rodičovské dovolené 50 % respondentek využívalo pevnou pracovní dobu, ale pouze 20 % respondentek chtělo pevnou pracovní dobu využívat. Na druhou stranu např. pružnou pracovní dobu mělo možnost využít kolem 23 %, ale zájem o ni by mělo kolem 54 %.

- **S velmi pozitivní reakcí se setkává myšlenka firemního (nebo s firmou spolupracujícího) zařízení pro děti.**

O toto zařízení by mělo zájem 60 % respondentek.

- **K diskriminaci na základě rodičovství (nezřídka) dochází, a to v případech dotazovaných i jejich blízkého okolí.**

Na 54 % respondentek mělo pocit, že se osobně setkalo s diskriminací na základě rodičovství či mateřství, 70 % respondentek zná někoho ve svém okolí, kdo se s diskriminací na základě rodičovství potýkal. Nejčastěji se ženy setkávají s otázkami ohledně počtu dětí a možností hlídání potencionálními zaměstnavateli při přijímacím pohovoru (63 %), nepřijetí do zaměstnání (43 %) a nepovolení nižšího než plného pracovního úvazku (35 %).

Projekt „Zaměstnavatelé pro sladění osobního a pracovního života“

Od listopadu 2008 realizuje Gender Studies projekt Zaměstnavatelé pro sladění pracovního a osobního života, který navazuje na dosavadní aktivity Gender Studies ve vzdělávání zaměstnavatelů v oblasti rovných příležitostí a informování a poradenství zaměstnankyň a zaměstnanců v oblasti sladění osobního a pracovního života. Projekt zaměřený na hlavní město Prahu nabízí široké spektrum aktivit pro zaměstnance/zaměstnan-



► kyně a zaměstnavatele. Projektem chce Gender Studies přispět k rozvoji rovných příležitostí žen a mužů na trhu práce, usnadnění návratu rodičů do zaměstnání a potírání diskriminace na základě pohlaví.

Servis pro firmy

Audit Rovné příležitosti

Od poloviny roku 2009 nabízí Gender Studies, o.p.s. zaměstnavatelům audit, který zhodnotí politiky firem zaměřené na rovné příležitosti žen a mužů a sladění osobního a pracovního života a nabídne doporučení pro zlepšení. Firma, která projde auditem, získá certifikát. Ke konci roku 2009 představí Gender Studies manuál jak realizovat programy pro sladění osobního a pracovního života, který naváže na publikace, které už Gender Studies pro zaměstnavatele vydalo např.

Rovné příležitosti jako společenská odpovědnost firem, Náklady a zisky rovných příležitostí pro ženy a muže, Rovné šance jako konkurenční výhoda. Pokračuje vydávání elektronického měsíčníku Rovné příležitosti do firem, který přináší dobré praxe z českých i zahraničních firem. V rámci projektu poskytuje Gender Studies konzultace pro zaměstnavatele v oblastech realizace programů zaměřených na sladění osobního a pracovního života (např. flexibilní formy práce či firemní zařízení péče o děti) a rovných příležitostí pro ženy a muže.

Servis pro zaměstnankyně, zaměstnance

Součástí projektu je informační centrum poskytující literaturu a informace z oblasti rovných příležitostí žen a mužů. Centrum je možné navštívit v knihovně Gender Studies, Gorazdova 20 v úte-

ry až čtvrtek od 12 do 18 hodin.

Právní poradna Gender Studies pro osoby diskriminované a potenciálně diskriminované na základě pohlaví a věku byla rozšířena. Kromě úterý (9.00-11.00) a pátku (16.30-18.30), se na nás mohou zájemci obracet i ve středu od 14.00 do 16.00 hodin na telefonních číslech 224 913 350 a 774 913 350. Otázky se mohou týkat diskriminace na základě pohlaví a věku a sladování osobního a pracovního života. Dotazy je možné také posílat na email pravo@genderstudies.cz nebo využít on-line právní poradnu na <http://www.rovneprilezitosti.cz/poradenstvi.php?poradna=open>.

Projekt Zaměstnavatelé pro sladění pracovního a osobního života je financován Evropským sociálním fondem a magistrátem hl.m. Prahy. Praha & EU: Investujeme do vaší budoucnosti.

(tz)

Přírodní produkty kupují na internetu překvapivě více muži

Přestože je zdravý životní styl především doménou něžného pohlaví, přírodní produkty kupují na internetu více muži. Vyplyvá to z nejnovějších statistik předního tuzemského internetového obchodu Prozdavi.cz. Zatímco muži na internetu nejčastěji objednávají doplňky ke zlepšení sexuálních funkcí, ženy preferují produkty pro štíhlou linii. Zájem o přírodní produkty prodávané na internetu každoročně roste, stejně jako průměrná cena objednávky. Podle statistik e-shopu Prozdavi.cz převažují mezi spotřebiteli muži, kteří tvoří 60 % zákazníků. V prvních měsících roku 2009 objednávali pánové nejčastěji doplněk stravy ke zlepšení sexuálních funkcí s označením Eregma MAX power za 585 korun. Ve stejném období byl nejprodávanějším produktem vybíraným ženami i díky speciální prodejní akci tekutý spalovač tuků nazvaný Fitme Slim & Energy s prodejní cenou 620 korun. „Rozdělení priorit mužů i žen je z hlediska produktů dlouhodobě patrné. Cena průměrné objednávky se však zvyšuje u obou skupin, obě pohlaví navíc spojuje rostoucí zájem o BIO produkty, které jsou aktuálně v kurzu,“ sdělila Hana Andrllová, obchodní ředitelka Prozdavi.cz, které eviduje průměrnou cenu objednávky ve výši 1 091 korun. Podle odborníků z bezplatné poradny internetového obchodu Prozdavi.cz a informačního serveru Celostnimedicina.cz nabývají přírodní doplňky stravy stále více na významu. Lidé se snaží řešit svoje zdravotní problémy přírodní cestou, pokouší se eliminovat počet zbytečných návštěv u lékaře a snížit užívání chemických látek. „Veřejnost si uvědomuje, že léky v mnoha případech pouze potlačují vnější příznaky nemoci a neřeší skutečné příčiny. Lidé začínají chápat, že jejich tělo je možné podporovat a tím probouzet jeho detoxikační a regenerační rezervy,“ uvedl lékař Ladislav Šafránek, který se přírodní medicínou zabývá dlouhodobě. „Zájem o přírodní produkty vidím také v tom, že u nich nehrozí takové riziko vedlejších nežádoucích účinků, jako u předepisovaných léků,“ doplnil doktor farmacie Tomáš Arndt. Internetová poradna ve většině případů nesmí nahrazovat vyšetření u lékaře. Důležitou se stává až poté, co je oficiální medicínou stanovena diagnóza. Před samotným výběrem produktu na internetu je navíc vhodné se poradit s lékařem. „Při výběru přírodních produktů by měli být zákazníci obezřetní. V mnoha případech nemají sami šanci rozpoznat, co je přírodní a co je syntetické. Nesmí se řídit pouze podle ceny, ale měli by využít rad lékařů, kteří jsou jim v případě kvalitních internetových poraden vždy k dispozici,“ dodal doktor Pavel Šácha, odborník na celostní medicínu.

(tz)

Startuje světově unikátní systém hodnocení firem

V uplynulých dnech byl spuštěn internetový portál Banky referencí – www.banREF.cz. Je to celostátní nezávislý systém, který umožňuje sbírat, uchovávat a prezentovat reference zákazníků na firmy a hodnotit tak kvalitu jejich práce. Pomáhá tak lidem najít poctivé firmy s dobrými službami a na ty špatné upozornit rovněž. V banREF nezáleží na velikosti reklamního rozpočtu, každá firma je odkázána na své reference. Malé firmy tak dostávají do rukou nástroj, jak zákazníkům dokázat svou kvalitu. Systém je unikátní a neexistuje nikde jinde na světě. Zákazníci zasílají reference prostřednictvím RMS (referenční SMS). Jejich obsah si může kdokoli zdarma prohlédnout na internetu. RMS jsou použity z důvodu vazby reference na telefonní číslo, nejedná se o žádné anonymní internetové diskuze, jakých existují desítky. Pokud má firma podezření, že je některá reference falešná, bude autor reference požádán, aby prokázal, že je zákazníkem, například zasláním čísla faktury nebo dokladu. Pokud je autor reference zákazníkem firmy a ta s jejím obsahem nesouhlasí, má možnost k referenci připojit komentář. Jde tak o jediný nástroj tohoto druhu, který mohou firmy používat bez obav z pomluv. Prospěch z toho mají také spotřebitelé, kteří konečně mohou porovnávat firmy podle jejich skutečných referencí. Reference je možné zasílat všem českým firmám. BanREF využívá průběžně aktualizovanou databázi Českého statistického úřadu. V tuto chvíli je v databázi banREF více než 2,5 mil. subjektů. Jsou mezi nimi nejen firmy, ale i všechny obce nebo neziskové organizace. Odeslání reference je velmi jednoduché, stačí poslat RMS ve tvaru: „BANREF ALIAS FIRMY nebo IČ hodnocení firmy“ na číslo 90 309 30. Autorem nápadu je Michal Popelka z Brna: „Když jsem hledal řemeslníka nebo dětský tábor pro mou neteř, zájimaly mě zkušenosti předchozích zákazníků. Ty je ale téměř nemožné zjistit. Přemýšlel jsem, jak vytvořit řešení, které nebude mít slabá místa.“ Hlavním problémem byla otázka anonymity, která hrozí zasypáním každého fóra balastem. Proto se Popelka rozhodl využít RMS. Umožnilo to vyloučit „spammery“, kteří by mohli zasílat mnoho referencí jedné firmě. Proto se od jednoho autora zobrazí pouze poslední firmě zasláná reference.

(tz)

Ti, kteří byli vidět, budou mít mnohem lepší pozici

Která z žen by se nezajímala o to, co se bude nosit příští sezonu? Jaké barvy, střihy, délky sukní, tvary kalhot budou ty pravé? Jaké kabelky a tvary podpatků lodiček budou in? Co zajímavého přinesou na trh návrháři plavek, bižuterie, klobouků a rukavic? A jestlipak také některý z výrobců přijde s novinkou, která z každé postavy vytvoří tu ideální? A budou u nás konečně prodejny prádla a oděvů pro silnější postavy, jichž je, žel, v ČR stále více, ale takové, do nichž by zákaznice vstupovala s pocitem, že odejde šik, nikoli o dvacet let starší a nemoderní? Otázek by bylo do nekonečna...

Gabriela Vargová je již 5 let úspěšnou ředitelkou veletrhů módy Styl a Kabo. I díky ní a jejímu týmu jsou jmenované veletrhy považovány za největší prezentaci módního průmyslu v České republice a ve střední Evropě. Nové značky je využívají k úspěšnému vstupu na trh, již renomované značky na veletrzích prezentují pře-

devším kvalitu, módnost a úspěšnost své produkce. Více však již Gabriela Vargová:

Jak se veletrhy Styl a Kabo vypořádávají s celosvětovou finanční krizí, a budou k vidění vůbec nějaké novinky?

Globální finanční krize se projevila také v textilním a oděvním průmyslu, to odborníci dobře vědí. I proto byl pokles návštěvníků a vystavovatelů na únorovém Styl/Kabo 20 %. Je však nutné podotknout, že k tomu nedošlo jen z důvodů potíží světové ekonomiky – textilní a oděvní průmysl se potýká s celou řadou dalších problémů, které se na tomto výsledku také podepsaly. Krize se dotkla zejména firem, které se prezentovaly většími ve velmi malých expozicích (ca 4–9 m²). Letošní ročník Styl a Kabo srpen 2009 je provázen množstvím změn. Veletrh Kabo se například poprvé v srpnu představí v novém pavilonu P – původní pavilon F již nestačil zájmu vystavovatelů. Sekce Baby veletrhu Styl má novou image, vystavující firmy budou mít stánky postaveny modernějším výstavářským systémem MAXIMA. Účast vystavovatelů na veletrhu bude opět mezinárodní,

poprvé se představí i firmy ze Sýrie. Největší objem zaujímají firmy z České republiky – na 70 %. Očekáváme přibližně 550 firem z 20 zemí a celkovou výstavní plochu přes 10 000 m².

Globální finanční krize negativně ovlivnila téměř všechna odvětví hospodářství, výraznou měrou zasáhla právě také veletrhy a výstavy, jsou již známa nějaká čísla, která o probíhající změnách ve veletržnictví vypovídají?

Přesná čísla zatím neznáme, rozhodující bude druhé pololetí tohoto roku. Předběžný propad je do 15 %. Vystavovatelé nerozporují veletrh jako marketingový nástroj, v některých případech sice zmenšují výstavní plochy, ale veletrhu se zúčastní. Zejména v této době je veletrh jako přímý kontraktační nástroj takřka nejdůležitějším marketingovým nástrojem. Všeobecně lze konstatovat, že paušální škrtání marketingových nákladů je krátkozraké, protože řeší pouze začátek krize, nikoliv její konec, kdy trh nastartuje, a ti, kteří byli vidět, budou mít mnohem lepší pozici. V situaci, kdy všichni škrtají, je pro ty, kteří se veletrhu účastní, naopak snazší získat lepší pozici na trhu a budovat obecné povědomí o značce.

Z úbytku vystavovatelů ale určitě nejste nadšená...

Všechny evropské veletržní správy zaznamenaly jak pokles počtu vystavovatelů, tak i návštěvníků. Netýká se to tedy jen nás, ale je to všeobecný jev. Pozitivním faktem u veletrhů Styl a Kabo je, že tradiční vystavovatelé nám zůstali věrní.

Každý veletrh se vždy chlubí novinkami, jak je to v případě letního KABO a STYLU?

Vyslechli jsme přání vystavovatelů i návštěvníků, a proto rozšiřujeme témata odborných seminářů o např. softwarové vybavení pro maloobchodníky. Každý pavilon bude mít své vlastní přehlídkové molo s prezentací aktuálních kolekcí pro nadcházející sezony. Nejvíce změn nastane v umístění jednotlivých branží v rámci areálu,



Gabriela Vargová

► neboť chceme vystavovatelům i návštěvníkům vyjít vstříc a nabídnout jim kvalitnější a efektivnější prezentaci a prostor pro obchod. Jak jsem uvedla, veletrh Kabo bude v novém pavilonu P, bude mít novou sekci softwarového vybavení pro maloobchod a velkoobchod, která má zjednodušit systém objednávek, řízení skladových zásob a celkové řízení obchodu. Mladá móda dostala nový název Unlimited, je rozšířena o branže hip-hop, skate a street a premiérově se představí v pavilonu P.

Z jakého důvodu se letos vaše veletrhy změnily na B2B?

Původní nastavení – 2 dny B2B a 1 den B2C – vycházelo z minulosti, kdy široká veřejnost měla na tuzemské výstavy prioritní přístup. Postupem doby a přizpůsobení se tempu výroby a obchodování se zahraničím došlo k přeměně některých veletrhů na převážně B2B a jen okrajově na B2C. Požadavky našich vystavovatelů zněly stále častěji důrazněji – „veletrhy módy mají být určeny pouze pro business a kontrakty našich kolekcí“. Vyhověli jsme jim proto a přizpůsobili se evropským trendům a specializovali jsme se na B2B. Firmy se tak mohou soustředit na uzavírání objednávek a navazování nových obchodních kontaktů, důležité je to zejména nyní, v době, která ani pro textilní, oděvní či kožedělný průmysl není jednoduchá. I naše veletrhy chtějí posílit obchodní aktivity vystavovatelů.

Kolik jich tedy vlastně bude?

Přesný počet vystavovatelů a výstavní plocha nejsou samozřejmě zatím známy. Firmy se na veletrh hlásí průběžně, tj. konečná čísla budeme vědět až přibližně 2 týdny před zahájením. Již nyní lze ale konstatovat, že bude opět vysoká prezentace ze zahraničí.

I přesto, že jsou veletrhy ovlivněny krizí, Styl a Kabo zůstávají největší prezentací módního průmyslu v České republice. Jaké jsou výhody?

Například pro malé a střední firmy je zcela určitě nepopiratelný fakt, že veletrhy Styl a Kabo jsou nadále druhým nejdůležitějším marketingovým nástrojem. Vyplynulo to z průzkumu agentury IPSOS TAMBOR. Pravidelně veletrhy navštěvuje na 10 000 nákupčích z České republiky a zahraničí, což je obrovská koncentrace odborných návštěvníků na jednom místě v jednom čase. Opět se vracím k průzkumu společnosti IPSOS TAMBOR, neboť na veletrzích Styl a Kabo vystavovatelé uzavírají objednávky až do výše 1/3 jejich ročního obrátu. To, že naše veletrhy se vyplácí, potvrzují i slova obchodního ředitele pro Polsko, Českou republiku, Slovensko a Ukrajinu Norberta Wiedelaka – Amersport: „V únoru 2009 jsme hledali nejlepší veletrhy k prezentaci našich kolekcí doplňků Converse, CAT a Jansport, a samozřejmě také pro boty značky Converse. Veletrhy Styl a Kabo se ukázaly být dobrým místem pro setkání s potencionálními klienty, a proto jsme se rozhodli k účasti i na srpnovém veletrhu.“

(red)

Móda v harmonii a svěží nápady



Návrhářka Michaela Bakotová v roce 2009 přišla s neotřelou kolekcí módy, doplňků a šperků „Living in Body“; a nezůstala pouze u toho. Její Fashion studio MB přichází s několika novinkami, které stojí za pozornost. Hlavní myšlenkou letošní kolekce, jejímž názvem a motem je „Living in body“, je spojení módy spolu s vnitřní harmonií a energií, které činí ženu skutečně krásnou. Inspirace vychází z přírody. Z materiálů dominují bavlna, denim a satén. Neutrální tóny rozjasňují pestrobarevné akcenty. Střihy jsou hravé a uvolněné, ale zároveň si zachovávají ženskost. Pestré, asymetrické topy s čistými liniemi perfektně padnou. Romantické, vrstvené sukně pod kolena rafinovaně zdůrazňují křivky, ale dopřávají i volnost pohybu. Právě různé variace sukní jsou jedním z nejnovějších počínů Michaely Bakotové. Její projekt „Skirt“ zahrnuje možnost nechat si ušít sukní svých snů přímo na míru rovnou

ve studiu nebo si ji vybrat ze speciální kolekce. Ceny se pohybují od 3000 do 5000 Kč. Cílem návrhářky je udělat ze sukně nepostradatelnou součást šatníku každé ženy tak, aby se stala její „druhou kůží“. Často se setkává s ženami, které preferují kalhoty, a tak apeluje: „Zaměňte sevření nohavic za jemný šustot sukní a protančete celým dnem.“ Originálním prvkem tvorby Michaely Bakotové je „recyklace“ obnošených džínů, která reaguje na celosvětový trend ekologických oděvů. Obnošený nebo vyřazený denim se stává surovinou pro nové a nečekané modely. Najdete-li při jarním úklidu pár džínů, které už nenosíte, neváhejte je přinést do Fashion studia v Hyberské 13 v Praze. Můžete si z nich nechat zhotovit osobitý model na své přání nebo se prostě nechat překvapit. Džíny je možné ve studiu MB prostě i zanechat – návrhářka si s nimi už nějak poradí, třeba je přešije na minisukni nebo top. Odlehčete svému šatníku i přírodě! Uvolněný prostor v šatníku pak můžete doplnit v rámci oblíbené služby „Nákupy s návrhářkou“. Servis zahrnuje odborné poradenství při nákupu a následné sestavení outfitů pro každou příležitost. Nákupy probíhají v Praze nebo ve světové módní metropoli Miláně. Odborná péče je zacílena nejen na zevnějšek, ale i celkovou harmonii. Ve všech svých aktivitách kladé Michaela Bakotová důraz na individuální přístup a respektování vnitřního světa a potřeb zákaznice. Aby se žena mohla cítit dobře ve svém těle, potřebuje správně zvolit oblečení, které podpoří její přirozenou ženskost. Móda Michaely Bakotové spojuje aktuální trendy se symbolikou a rituály, což z ní tvoří jedinečnou záležitost. Kolekce „Living in Body“ je v prodeji prostřednictvím e-shopu na www.michaelabakotova.cz nebo ve Fashion studiu MB.

(tz)



Jak efektivně využít čas v práci, domácnosti a při odpočinku?

Otázka pro Ing. Dagmar Jelínkovou, C.E.O., ECONOMY RATING a.s.

Čas je atributem, který ovládá celou dobu našeho pozemského bytí, a přitom ho nelze pochválit ani pokárat. Proč se tedy stáváme jeho otrokem? Lze na něj vyzrát? Otázky, které si často klade každý z nás. Odpověď podle mne musíme hledat ale v sobě. Moje vlastní poznání času a jeho využití je proto o tom, co je v životě pro mne prioritou. Věkem se tyto priority samozřejmě měnily a dnes, když se ohlédnu, ne vždy byly správně seřazeny.

Dnes je na prvním místě pro mne rodina a všichni blízcí, které potřebuji po určité době vždycky vidět a slyšet. Důležitá je pro mne i práce, prostřednictvím které se realizuji. Celý život se vzdělávám, patřím k těm bláznům, kteří nejsou stále s věděním spokojeni. Mám spoustu dalších zájmů a koníčků. A jak to stíhám? Dříve jsem si do kalendáře otrocky vpisovala nejdůležitější priority a na ně nabalovala další sekundární povinnosti či potřeby. Předeseilám, že jsem si psala i to, že musím do čistírny atd.

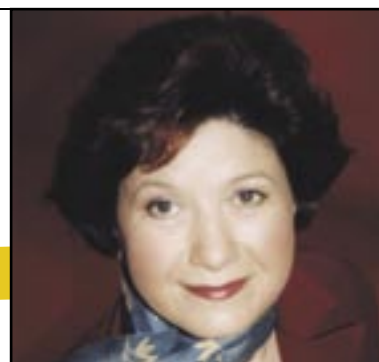
Vždy jsem vítala jakoukoliv novinku, která mne zbavila některých činností, ať už to bylo elektronické bankovníctví, či platební karta, nebo výkonný mobilní telefon. Dnes využívám pro plánování (a znovu opakuji, že téměř všeho, co se mne v životě dotýká) kalendáře v Microsoft Outlook, se kterým jsem i z pohledu mé profese ekonoma naprosto spokojená. Systémové prostředí je flexibilní, přehledné a pracujeme s ním v celé naší společnosti

ECONOMY RATING a.s.

Většina z vás může namítnout, že tento nástroj rovněž máte a stejně vám čas šlape na paty.

Kde je tedy má spokojenost s časem? Kde беру čas na své nejbližší a všechny mé aktivity? Řešení jsem našla ve spojování dvou až tří věcí dohromady: rodina, zájmy, podnikatelské nápady... S mou starší dcerou, která má již dvouletého syna a je to můj první vnuk, jsme podnikly společnou týdenní dovolenou u moře bez tatínek a dědečků, tak abychom se vzájemně užily. Moje mladší dcera, která zakončila vysokoškolské studium, dostala odměnu v podobě týdenního společného lyžování v Alpách, odkud jsme přijely sportovně spokojené a obohacené i dalšími společnými nápady mého dalšího podnikání. Samozřejmě jsme všichni v rodině za mé podpory podlehlí golfové mánii, která řeší mnoho pracovních i rodinných problémů.

Hospodaření s časem je i o tom, s kým žijete, trávíte volné chvíle, a jaké jsou pracovní vztahy. Dlouhodobě jsem se nikdy nenechávala svým okolím časově vyčerpávat a vždy jsem hledala řešení, jak úkoly přerozdělit, a to jak v práci, tak i doma. Často jsem si vyslechla i kritickou poznámku, jak že to dělám, že na mne práce nikdy nezbude. V tom je ale umění dobrého manažera a jeho schopnosti hospodaření s časem. Přeji tímto i vám, ať nějaký ten čas vybudete na nějaké to zahálení (P. S. zahálet neumím).



Tak trochu ženou

Představovali jste si někdy, že se jednoho krásného dne probudíte v cizím těle? Já ano. Mužských zkušeností jsem už nasbíral dost a rád bych se na chvíli cítil jako žena. Ten pohled na svět „z druhého břehu“ mne opravdu láká, a kdyby existovala firma na adrenalinové zážitky, která by takové převtělování nabízel jako jednu z volnočasových aktivit, šel bych do toho hned. Nedávno jsem zašel s přítelkyní do oblíbené pizzerie a vrchní, vůbec ne starý a ošklivý, na mne „dělá oči“. Nemohl jsem si toho nevšimnout, a přestože jsem si nikdy ani nepomyslel na osobu stejného pohlaví, udělal mi ten pohled docela dobře. Že by ten nepokrytý zájem ve mně probudil i stopu ženské marnivosti? No, něco na tom určitě bude. Prvních šest týdnů se v matčině lůně, než se začne projevoval mužský chromozom, vyvíjíme se ženskými znaky. A trochu z toho v nás zřejmě přežívá po celý život, i když si pěstujeme svaly jako Arnold Schwarzenegger a namlouváme, jak jsme úžasní. Věřím tomu, že i dámy by rády vyzkoušely, jak by jim slušelo mužské sebevědomí a dominance, ač jsou samy se sebou spokojené a netrpí komplexem méněcennosti. Znal jsem kolegu, který své příspěvky do novin podepisoval ženským jménem. Proč to dělal,

nevím, ale zůstal tomu věrný až do smrti, přestože byl vzorem spokojeného manžela. Víím, že někteří lidé se jakýmsi omylem přírody narodili s opačným pohlavím a věnovali mnoho peněz, času a úsilí, aby to operativním zásahem změnili. Ale já mám na mysli něco jiného než trvalou nebo dlouhodobou změnu sexuální orientace. Jde mi opravdu jen o maloučké ukojení zvědavosti, abych pak mohl s klidným svědomím prohlásit: Bylo to pěkné a bylo toho dost. Když jsem tedy nemohl ani na chvíli vlézt do ženského těla, vkradl jsem se alespoň na internetovou diskuzi, určenou ženám a jejich problémům. Vždyť stejně není důležitá hmota, ale to nenapodobitelné myšlení jako odraz ženské duše. A na to jsem narazil a rozhodně nebyl zklamán, co jsem na dámském webu objevil. Málo platné, internet ženám sluší. Nedělá rozdíl mezi pohlavím a dává stejnou příležitost i těm, jimž společenské konvence a přežívající tradice stále ještě brání projevoval otevřeně své skutečné city, přání a touhy, názory a antipatie. To, co by mi žena nikdy neřekla do očí, může bez zábran projevit v anonymitě virtuální sítě. A diskutující dámy to také dělají. Nerozpakuji se probírat svými nejnítěrnějšími pocity s děvčaty, s nimiž je spojuje



fejeton

společný úděl. Stávají se v cyberprostoru oddanými spojenkyněmi, dokáží se těmi správnými slovíčky povzbudit, projevit si tolik potřebnou podporu, vyjádřit lítost a přidat podporu. Není bez zajímavosti, že muži, pokud vstupují na ženské fórum, se často projevují jako ignoranti, mravokárci nebo tluchubové. Zvláště pokud jde o lásku a sex, bývají často velmi úzkoprsí a dogmatičtí, mají nutkavou snahu vyjadřovat své jediné správné a nevyvratitelné postoje, kárat, dokonce nemilosrdně pranýřovat každý ženský projev svobody a upřímnosti. S počítačovými technologiemi se mnozí tito pánové dokázali správně, ale myšlením jako by zůstali třet v dobách Boženy Němcové a honů na čarodějnice. Vadilo by mi, kdyby mne ženy hodily do jednoho pytle s nimi. Sympatizuji s návštěvnicemi webových stránek, které svoji hodnotu dávají nepokrytě najevo. Když s chlapy dokáží ve všem držet krok, a v mnoha směrech být silnější, proč by se měly stále stavět do role závislých partnerek, pro něž platí jiná morálka, jiné společenské zařazení, jiný metr než na muže? Líbí se mi jejich sebevědomí i jejich něžnější vztah k životu a říkám si, zda přeci jen nejsem nakonec snad taky trochu ženou.

Pavel Kačer

Na tuzemském internetu roste význam vyhledávačů zboží

Na tuzemském internetu v poslední době přibývá vyhledávačů zboží a portálů porovnávajících e-shopy. Zájemcům o online nakupování se snaží nabízet komplexní informace o internetových obchodech, aktuálních cenách produktů a úrovni služeb. Význam těchto portálů, které dodávají konkurenčnímu boji mezi e-shopy nový náboj, postupně roste a provozovatelé internetových obchodů jim věnují stále větší pozornost.

Do marketingu a reklamy investují tuzemské e-shopy každým rokem miliony korun. Snaží se přilákat nové zákazníky a udržet je kvalitou služeb. Vhodným nástrojem k oslovení cílové skupiny jsou portály, které seskupují informace o internetových obchodech a nabízejí je zákazníkům v utříděné formě. Postupně je využívá stále více lidí a pro tuzemské e-shopy začínají mít velkou váhu. „Vyhledávače zboží jsou pro nás důležitou složkou internetové reklamy, která stále nabývá na významu. Kromě toho, že nám přivádí velmi kvalitní zákazníky s dobrým konverzním poměrem, jsou pro nás inspirací v dalším rozvoji našich e-shopů. Díky zpětné vazbě od zákazníků jsme se rozhodli například zavést k České poště alternativního dopravce. Porovnávače celkově přispívají k vyšší kvalitě českých e-shopů,“ uvedl Martin Rozhoň ze společnosti Vivantis, která provozuje například obchody Krasa.cz, Parfemy.cz či Hodinky.cz. Přestože portály zaměřené na srovnávání produktů prodáváných na internetu fungují na podobném principu a míří na stejnou cílovou skupinu, liší se v množství informací, které při porovnávání vstupních dat zohledňují. K nejuspěšnějším z hlediska návštěvnosti se řadí projekt Heureka.cz, jehož představitelé se mohli v loňském roce pochlubit více než dvoumilionovou návštěvností. „Naší výhodou je, že jsme více nákupním rádcem

než klasickým vyhledávačem zboží. Lidé u nás hledají výhodný nákup a ověřené obchody, neřídí se pouze podle nejnižší ceny. Záruku našemu hodnocení dodala nová služba Ověřeno zákazníky, která zajišťuje nezávislé hodnocení obchodů pouze od reálných zákazníků,“ vysvětlil manažer projektu Heureka.cz Tomáš Hodboď, podle kterého bývá konverzní poměr z nákupního rádce vyšší než z vyhledávače zboží. Internetové obchody, které spolupracují

s portály zaměřenými na vyhledávání zboží, dodávají informace do katalogu ve formě souboru, který obsahuje všechny potřebné atributy. Případná spolupráce bývá často podmíněna seriózností e-shopu. „Do našeho katalogu jsou začleněny pouze internetové obchody, které splňují základní podmínky. Těmi jsou například zveřejněné obchodní podmínky na stránkách, nákupní košík sloužící k přímé objednávce či uvedení reklamačních podmínek,“ uvedla Štěpánka Kovaříková, manažerka služby Zbozi.cz, která v současné době obsahuje takřka devět tisíc internetových obchodů. Některé portály sahly k ještě radikálnější selekci ve prospěch zákazníka. „Kromě obchodů s nekvalitními obchodními podmínkami a neúplnými kontakty nezařazujeme ani e-shopy, které jsou z větší části kritizovány,“ doplnil Jiří Forejt z Najdislevu.cz. Pro kvalitní e-shopy jsou vyhledávače zboží šancí, jak mohou předčít slabší konkurenty. V hodnocení se pozornost nejčastěji obrací ke kvalitě nabízeného sortimentu, skladovosti zboží, včasnému vyřízení objednávky, rychlosti dodání, vstřícnosti v případě reklamací a nabídce nadstandardních služeb. „Naši zákazníci vybírají zboží podle cen, recenzí a hodnocení e-shopů, přičemž nerozlišují velikost e-shopů. Ve většině případů se však na vyšších příčkách zobrazují větší e-shopy, které nabízejí produkty za nižší ceny. Proto naši zákazníci nakupují spíše ve větších obchodech,“ sdělila manažerka projektu Seznamzbozi.cz Petra Denkeová, podle které mohou být menší e-shopy pro zákazníka atraktivní především svou pružností. „Obecně platí pravidlo, že spokojený zákazník mlčí, nespokojený zákazník píše. Mě osobně jsou sympatické e-shopy, které kritiku řeší,“ doplnil David Holeček, jednatel portálu Hledejceny.cz.

Aktuální žebříček TOP 25 obchodů na základě hodnocení zákazníků z hlediska dodací lhůty, přehlednosti obchodu, kvality komunikace, počtu zrušených objednávek a doporučení obchodu známým.

Topgal.cz	99%
Parfemy.cz	99%
Ignite.cz	99%
Parfums.cz	99%
Vasecocky.cz	98%
Metalshop.cz	98%
Esence.cz	98%
Kouzelnýhrad.cz	98%
Krasa.cz	98%
Prozdravi.cz	98%
Sportobchod.cz	97%
Kabelmanie.cz	97%
Prsten.cz	97%
Coreshop.cz	97%
Megapixel.cz	96%
Sperky.cz	96%
Elektrosvet.cz	95%
Hodinky.cz	95%
Strongbody.cz	95%
Bizushop.cz	94%
Skinbook.cz	94%
Botanic.cz	94%
123shop.cz	93%
Levneelektro.com	93%
Megaobchod.cz	92%

Zdroj: Heureka.cz (duben 2009)

(tz)

ZP MV ČR nabízí komunikaci prostřednictvím internetu

Předávání vyúčtování poskytnuté zdravotní péče, léčiv a PZT smluvním zdravotnickým zařízením a firmám, které vyúčtování zpracovávají.

Předávání hlášení plateb pojistného a hromadného oznámení zaměstnavatelům a firmám, které hlášení zpracovávají.

Předávání přehledů OSVČ plátcům registrovaným v kategorii osob samostatně výdělečně činných.

Aktuality formou zpráv na e-mail pojištěncům, zdravotnickým zařízením i zaměstnavatelům podle jejich vlastního výběru prostřednictvím registrace na webových stránkách v odkazu Zasílání novinek.



www.zpmvcr.cz, infolinka 844 121 121

 **ZDRAVOTNÍ POJIŠŤOVNA
MINISTERSTVA VNITRA ČR** **211**

Zdraví jako vášeň!