

P R O S P E R I T A

Madam Business®

**Bohuslava
Šenkýřová**

Když cítíš srpen na kůži

Eva Brixí

Když cítíš srpen na kůži
Léto ti nic nedluží
Vrchovatá místa těla
Mají více nežli dostát měla
Mobil hladí laská křičí
Povzbudí a zaútočí
Slyšíš kohos právě chtěla
Když cítíš srpen na kůži
Chladný vánek z pole
Rozumí tvým poslušnostem
Krotí rozum City brousí
Varovný prst zvedá dole
K žízni cosi přistrojuje
To co vzlíná nezardousí
Zapomenout láskám nedá
Šustí večer pod okny i pod sukněmi
Pánové jsou jako němí
Vzývá ke hrám
Bouří Nutí Provokuje
Za člověka rozhoduje
Chladný vánek z pole
Když cítíš srpen na kůži

**Mám dobrou zprávu:
od září 2009 se pyšníme titulem UNIVERZITA**
str. 1, 10–12

rozhovor s Dr. Bohuslavou Šenkýřovou,
rektorkou Vysoké školy finanční a správní

Ušetřete s kreditní kartou stovky až tisíce korun

Cetelem připravil od 1. srpna do 30. září 2009 pro držitele kreditních karet 50% slevu na veškerá brýlová skla od společnosti FOKUS optik. Ušetřit lze stovky až tisíce korun podle typu skel.

„Pro své klienty připravujeme různé promoční nabídky pravidelně,“ uvedla Ing. Gabriela Pithartová, ředitelka Správy marketingu a komunikace společnosti Cetelem. „Letos jsme se rozhodli zopakovat úspěšnou akci z loňského roku a nabídnout všem držitelům našich kreditních karet mimořádnou slevu ve spolupráci s naším obchodním partnerem, společností FOKUS optik,“ dodala. Sleva ve výši 50 % na brýlová skla bude klientům poskytnuta, pokud zakoupí kom-

pletní brýle, zaplatí je kreditní kartou a odevzdají kupon, který je umístěn na www.cetelem.cz.

„Mimo jedinečných sezonních výhod u našich obchodních partnerů mohou naši klienti také získat po celý rok finanční odměny za používání své kreditní karty,“ doplnila seznam výhod G. Pithartová. Stačí své nákupy platit jakoukoli kreditní kartou vydanou společností Cetelem. Odměna až ve výši 1,5 % měsíčně, kterou klientovi Cetelem připsá zpět na úvěrový účet, závisí vždy na celkové měsíční částce uhrazené kartou. Všechny kreditní karty vydané společností Cetelem mají 50denní bezúročné období.



(tz)

Snažíme se rozumět podnikání našich klientů

Září je měsícem, který jako by do života firem vléval novou energii. Intenzivní jsou diskuze o tom, jak na trhu lépe uspět, čím právě nyní zaujmout, co vymyslet, aby kupující subjekt jednoznačně objednal, odebral a zaplatil. Úsporná opatření dávají vzniknout novým nápadům, inovovaným řešením. Mezi kroky, které sice nejsou tak časté, ale mají svůj význam, je například změna banky. Společně s Hanou Stuchlíkovou, marketingovou ředitelkou divize Local Commercial Bank české Citibank, nahlédneme do filozofie finančního domu, který tato žena reprezentuje:



Nedávno si vaše banka mapovala potřeby malých a středních firem – po čem takové firmy dnes nejvíce volají?

Současným tématem číslo jedna je stále ekonomické zpomalení, a tím i tlak na maximální efektivitu nákladových položek středních a malých firem. Proto firmy nejčastěji zajímá přiměřenost bankovních poplatků, dostupnost a cena úvěrových prostředků pro provozní financování, výhodnost směnných kurzů a s tím spojená transparentnost a jednoduchost struktury využívaných bankovních služeb. Ti, kdo jsou v těchto firmách odpovědní za finance, se nechtějí probírat stohy dokumentů a porovnávat složité struktury, které v konečném důsledku nemusí být pro firmu ani efektivní. Naše banka pravidelně monitoruje potřeby klientů, abychom byli připraveni včas nabídnout odpovídající řešení.

A jak se jich z vašeho pohledu dotýká krize? Jsou optimističtější naladěny než v lednu?

Krize se jich teď opravdu dotýká. Ačkoli se o ní velmi intenzivně mluvilo už v minulém roce, teprve letošní rok pro ně znamená opravdový pokles obchodní aktivity, nutnost hledat rezervy ve všech oblastech a redukovat počty zaměstnanců. I když se zdá, že globální ekonomika už vysílá pozitivní signály prvních oživení, o lokálních SME firmách to bohužel zatím neplatí. Spotřebitelské chování na lokálním trhu se podstatně změnilo, nezaměstnanost stále roste a to je to, co určuje zatím směr domácí ekonomiky a náladu SME firem. U nich více než kde jinde platí, že pokud se cítí ohrožení jednotliví lidé a spotřebitelé, odráží se to v ekonomickém chování firem, na jejich zakázkách, na pohledu do budoucna. Nelze to pochopitelně zevšeobecnit, výsledky některých malých a středních firem budou ještě lepší než v loňském roce, ale většina firem se současná ekonomická situace dotýká nejvíce právě teď, a navíc zatím ještě nevidí to pověstné světlo na konci tunelu.

Vaše banka dříve nebyla tolik uzpůsobená naslouchat menším zákazníkům – jak vidí tuto skupinu dnes?

Právě naopak, pro naši banku je celosvětově segment středních a malých firem velmi důležitý a perspektivní, věnujeme mu velkou

pozornost. V České Republice se snažíme využít globálnosti a mnohaleté lokální zkušenosti Citibank, která zde působí již od roku 1991, pro kvalitnější obsluhu i menších firemních klientů. Snažíme se rozumět podnikání našich jednotlivých klientů a najít ►



Hana Stuchlíková

► vždy komplexní finanční řešení jejich potřeb, proto provádíme výzkumy jako ten, jehož závěry jsme před nedávnem prezentovali. Náš firemní bankéř nenabídne klientovi strukturu služeb, dokud nemá jasno o tom, co tato konkrétní firma skutečně potřebuje.

Uvítaly by firmy větší osvětu, chtěly by vědět, co banka a proč nabízí?

Naši zákazníci jsou odborníky ve svém oboru. Dokážou si důkladně propočítat, co se jim v podnikání vyplatí, za jakých podmínek bude jejich firma opravdu prosperovat. Proč by se měli ještě zatěžovat studováním finančních produktů a trávit večery nad pochopením jednotlivých drobných odlišností jednotlivých bank? Pochopit potřeby klienta, to je hlavní úloha bankéře s tím, že by měl umět následně vysvětlit, který finanční nástroj se na řešení konkrétní potřeby hodí, jaká je alternativa a popřípadě, jaké klady a jaká eventuelní rizika z toho klientovi plynou. A musí to umět klientovi vysvětlit tak, aby to pro něj bylo co nejsrozumitelnější a dokázal se dobře rozhodnout. Proto na vysvětlení, a chcete-li osvětu, mají firmy plný nárok a je vždy na vztahu majitele či zodpovědného pracovníka firmy, jaké informace a do jakého detailu poskytnou, respektive použijí.

Někdy mají podnikatelé obecně dojem, že se s nimi nejedná v bankách férově, že nabídky jsou velkorysé, ale prověřování rizik až příliš komisi...

Pokud banka chce na konkurenčním trhu uspět, musí tyto dojmy minimalizovat a neustále vyvracet. Máte pravdu, tento pocit je stále ještě v našich podnikatelích poměrně silně zakořeněn. Jsou podezřívaví i ve chvílích, kdy jim banka nabízí své služby příliš levně, a hledají, kde jinde si tu slevu vybere zpět – to ostatně potvrdil i náš průzkum. Proto nabídka služeb klientovi musí být přehledná a jasná, aby k takovým pochybám nemusel být důvod. A bankéř musí být vždy schopen přijatelně vysvětlit všechny spojitosti. Pokud se jedná o prověřování rizik, banky se snaží minimalizovat rozsah požadavků, kterými své klienty prověřuje. Na druhou stranu je zcela přirozené, že se snaží zabránit případným ztrátám vzniklým z nesplacení současných či budoucích závazků klientů vůči nim.

Jaké nejmenší úvěry a na co nyní poskytlujete?

Dolní hranice objemu financování není stanovena. K úvěrovým potřebám klienta přistupujeme vždy individuálně. Výsledná financovaná částka tedy vychází z potřeb klienta a z míry akceptovatelného rizika ze strany banky. To se týká jak provozních úvěrů, tak úvěrů na investice.

Z jakých oborů klienti přibývají?

Protože Citi působí ve více než 140 zemích na světě a je opravdu globální bankou,



nepřekvapí, že nabízíme velice atraktivní služby pro firmy, které se zabývají nějakou formou mezinárodního obchodu, to znamená exportérům a importérům. Struktura portfolio je opravdu rozmanitá, ale v posledním období přibývá ve větším objemu především klientů z oblasti různě zaměřených velkoobchodů a služeb. Jejich potřeby se v čase poměrně rychle mění a my jsme připraveni na ně pružně a rychle reagovat.

Hojně jste komunikovali s vývozcí – jak hodláte motivovat exportující firmy k tomu, aby využívaly vašich služeb?

Stále s nimi komunikujeme velmi aktivně. Dokážeme jim nabídnout cenově výhodné služby a zároveň účinně omezovat rizika, která jim z vývozu plynou. Máme celou řadu nástrojů na omezení kurzových rizik a velmi účinné produkty z oblasti tradových operací na zajištění celého vývozního toku finančních prostředků. Z naší celosvětové působnosti také plyne, že jsme schopni pružně zajistit finanční služby a záruky i v pro středoevropa exotických částech světa.

V poslední době je čím dál více slyšet o firemních platebních kartách jako o nástroji, který dokáže šetřit čas i starostí. Mají o ně nyní firmy zájem?

Citi patří k průkopníkům v kartových produktech, jak na místním, tak na globálním trhu. Firemní platební karty jsou standardním nástrojem a obchodní činnost si bez nich dokáže představit jen málo firem. Významná změna posledních let spočívá ve skutečnosti, že firemní karty už dávno nejsou určeny jen pro vyvolené vedoucí pracovníky, ale i pro všechny další pracovní pozice, u nichž je nutné šikovně vyřešit otázky spojené se služebními výdaji penězi. Typicky jde o pracovníky často vysílané na zahraniční pracovní cesty či obchodní reprezentanty. Firemní „kreditky“ jednoznačně nabízejí společností a jejich zaměstnancům možnost efektivně vyřešit vyúčtování cestovních nákladů spojených se služební cestou

ještě v rámci bezúročného období, a navíc bez složitosti účetnictví. Veškeré obraty jsou na výpisu z karty a stačí jen dodat daňový doklad, tam kde je to nutné. Navíc tyto platební prostředky dávají každému „cestovateli“ finanční rezervu, jakou bude těžko vybaven, pokud pojedje s hotovými penězi. Jednou z výhod – někdy neprávem opomíjenou – jsou různé druhy pojištění – jako například cestovní pojištění. Právě tuto záležitost často ve společnostech řeší zaměstnanci případ od případu. Přitom platební karta ji umí svému držiteli zajistit levně a dlouhodobě, i když je vydána jako firemní. Odpadne přitom část vyúčtování, leckdy i nutnost, aby se dotýčný pojistil zcela sám a individuálně. Pojistné krytí se samozřejmě kromě nutnosti lékařského ošetření může vztahovat i na taková rizika jako úraz, ztráta zavazadel anebo odcizení peněženky včetně samotné firemní platební karty. I v této situaci ovšem existuje řešení, poskytované právě samotnou odcizenou kartou. Je jím asistenční služba, zpravidla po celém světě provozovaná přímo danou karetní asociací. Umožňuje držitelům nejen svůj platební prostředek zablokovat, ale také si objednat doručení náhradní karty či obdržení „nouzové“ hotovosti (úroveň asistenčních služeb se může dle typu karty, či kartové asociace, lišit). Vysloveně příjemným specifikem pro zaměstnavatele je potom možnost se pojistit proti tomu, že platební kartu zneužije právě člověk, kterému ji společnost v dobré víře svěřila – tedy její držitel. Toto pojištění bývá poskytováno v rámci kartového programu pro firemní klienty.

Který z nových produktů byste doporučila podnikatelkám a manažerkám?

Určitě bych jim doporučila vyzkoušet využití zcela nového on-line systému Citi FX Pulse, který jim umožní maximálně efektivní řízení zahraničního platebního styku. S pomocí tohoto systému mohou nejen obchodovat devizové prostředky s velmi výhodnými kurzy, ale naleznou zde přehledně zobrazené informace ze světových finančních trhů i české ekonomiky, analýzy vývoje kurzů a mohou využít i některé termínované devizové obchody a depozitní operace za velmi výhodných podmínek. Systém je uživatelsky velmi příjemný a především, každá manažerka si ho může přizpůsobit tak, aby našla informace a produkty, které skutečně bude využívat. Při každém dalším přihlášení potom uvidí jen ty aktuální informace, které ji zajímají, a nemusí se k nim složitě dostávat přes několik obrazovek, které ve skutečnosti vůbec vidět nechťela. Citi do rozvoje internetového bankovníctví investuje mnoho energie a úsilí, jedná se o oblast s velkým potenciálem. Že jdeme správným směrem, potvrzují četná ocenění od odborných časopisů Euromoney či Global Finance a dalších, které naše internetové platformy pravidelně vyhodnocují jako nejlepší v různých regionech včetně střední a východní Evropy.

za rozhovor poděkovala Eva Brixi

foto: archiv Citibank



Kdyby muž pochopil ženu...

Kdyby muž pochopil ženu a naopak, nastal by konec světa. Názory obou pohlaví musí se zákonitě lišit jako barva černá a bílá, i když třeba očima fotografa jde jen o různé škály šedé. Muž nepochopí naléhání ženy, která je praktická a pragmatická a svým věčným spěchem podkresleným velitelskými tóny udává běh světa, totiž, aby se to všechno stihlo a zbyl pak čas na cokoli. Žena chce mít doma uklizeno, aby už už povinnost byla za ní, kdežto muž vyžaduje, aby se mu žena věnovala a uklízela teprve poté, co si on jde odpocínout. Sladit přístup k věci znamená cosi na pováženou a stejně se na tom nedá stavět.

Muž chce být hýčkáán a středem pozornosti, zač ho žena nenávidí, proklíná a bere si ho tak zbytečně do úst. Je to vyčerpávající a k dosažení domácího poklidu tak jako tak nedostatečné, neb to nevydrží.

Muž je jedno já, kdežto žena je mnohočetné já, které se rozdává s vědomím, že vejde dobro a spokojenost do já, aby měl muž prostor pro nadhled, aby mohl rozvíjet své lepší něco, třeba aby s nadšením nosil ženě květiny, čokolády a parfémy.

Ne, konec světa nenastane. Muž nepochopí, kolik variací na bezkonfliktní život obsahuje slovíčko něha, natož aby vytyčil, že každá z nás po obsahu toho slovíčka touží. Muž nedokáže rozkódovat radost z kytice růží, když je náruč plná jemných vůní, a neodtuší, kam až sahá fantazie zranitelného pohlaví.

Žena sice jakžtakž opětuje mužovu radost z nového šroubováku nebo nejúžasnější počítačové hry, ale je jí to tak trochu líto, protože ona chtěla být základem této emoce, je přece partnerkou, které nástroj či softwar nesahají ani po kotníky. Žena žálí na mužovy minuty, ať jsou užitečné, nebo ne. I ona je nekritický sobeček.

Rozhlížím se kolem sebe a kladu si otázku, proč je tolik šikovných lidí samo, posmutnělých, snad tento rok více než kdy jindy. Těžko to svádět jen na špatné postavení hvězd nebo na společenskou nervozitu. Hledám u sebe a vím, kde jsem udělala chybu – snažila jsem se pochopit to, co je třeba bez rozjímání jen přijmout.

vaše Eva Brixí

partneři www.madambusiness.cz

mojetelevize.cz

www.mojetelevize.cz

genius | MEDIA



www.zts.cz

REGINA
KOSMETIKA

www.reginakosmetika.cz



www.templarske-sklepy.cz



www.slune.cz



www.vox.cz



www.ab-cosmetics.com



www.economy-rating.cz



www.cetelem.cz

Spustili jsme inovované webové stránky www.madambusiness.cz. Do života vstoupily s partnery, jejichž loga 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, září 2009

Vydává RIX, s. r. o., Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9, pod vedením PhDr. Evy Brixí-Šimkové
e-mail: brixí@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 Rožnicková

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

Placené textové materiály jsou označeny grafickým symbolem



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

►► **Mgr. Renata Svobodová, tisková mluvčí České podnikatelské pojišťovny, a. s.**

V takovém případě se obvykle sama sebe ptám, komu a čemu jsem dovolila, že jsem se do takového stavu vůbec dostala. Souhlasím s obecnou pravdou, že problém totiž většinou není kolem nás, ale v nás samotných. Mnohdy musím připustit, že kvůli tomu, abych byla výkonná, jsem úplně zapomněla na to, co potřebuji pro to, abych se mohla cítit šťastná a spokojená já. Mám dvě děti, tenhle fakt mě spolehlivě přivede k tomu, že situaci začnu řešit.

Mně osobně dobrý pocit dodá pohyb, je jedno, jestli při sportu, nebo třeba při tanci, nesmírně šťastná se cítím v přírodě, více klidu a energie nikde jinde nenačerpám.



Co oceňujete na podnikatelkách a manažerkách?

►► **JUDr. Zbyněk Pražák, advokát, Krásná Lípá**

Ženy-manažerky, na rozdíl od většiny mužů, zvládají provádět několik věcí najednou. Obdivuji na nich tu odvahu starat se o rodinu, řídit její chod, a současně se starat i o „svůj“ podnik, řídit i jej.

To jsou přitom dvě odlišné organizační skupiny s různými principy života, a je tedy správné je řídit odlišným způsobem. A ony mají odvahu to realizovat! Zkuste si někdy, pánové, jít po celodenní relativně náročné duševní práci nakoupit do potravin a rozhodovat se, co máte (v časovém limitu) všechno nakoupit, abyste mohli uvařit. Co doma chybí, co tam naopak ještě je – a děti to snad ještě nesnědly. Obdivuji na nich relativní pohodu při řešení problémů (ženy manažerky nebyvají tak hysterické jako jejich mužští kolegové), jejich větší, širší a objektivnější rozhled při zpracovávání informací nezbytných pro správné rozhodnutí. Při svých rozhodováních berou v úvahu širší aspekty, včetně aspektů osobních, a více při svých rozhodnutích akcentují i „lidskou“ stránku věci. Je co obdivovat, a je za co děkovat! Promiňte jim, když jsou na nás, své muže, občas náročné!

Informace do kabelky

Přes 115 000 osob s novým FLEXI životním pojištěním

Již přes 115 000 osob je pojištěno v rámci FLEXI životního pojištění od uvedení na začátku roku 2009. Na produktu klienti oceňují především širokou nabídku pojistných rizik a garantované zhodnocení spořené (kapitálové) částky. Velmi často také využívají možnosti sjednat jedno pojištění pro celou rodinu. Výsledky FLEXI životního pojištění potvrzují skutečnost, že poptávka po finančním zajištění života i v době hospodářské recese neustále roste.

„Díky FLEXI životnímu pojištění zaznamenáváme v objemu předepsaného běžné placeného pojištění zhruba 40% růst oproti roku 2008. Pokud nedojde k výraznějším výkyvům v poptávce po novém FLEXI životním pojištění, bude jeho výhod na konci roku využívat minimálně 180 000 osob,“ řekl Petr Procházka, ředitel úseku řízení produktů Pojišťovny České spořitelny. Na více než 61 000 smlouvách je pojištěno 76 000 dospělých a 39 000 dětí. Největší zájem je o FLEXI životní pojištění v Moravskoslezském a Jihomoravském kraji. Devět z deseti klientů si na FLEXI životním pojištění sjednává ochranu proti trvalým následkům úrazu. Přes 80 % pojištěných si navíc pojistí běžné úrazy formou denního odškodného.

(tz)

s Vladimírou Drbalovou

Mezi podnikateli je málo žen

Na vysokých školách se připravuje 60 % studentek na své povolání, ale ve vedení firem je žen stále poskrovnu. Tento paradox vypovídá o tom, že ženy se stejným vzděláním a odbornými předpoklady stále ještě obtížněji nacházejí v praxi uplatnění než muži. Proč tomu tak je a co dělat pro zlepšení situace na trhu práce, o tom jsme hovořili s Ing. Vladimírou Drbalovou, ředitelkou Sekce pro mezinárodní organizace a EU Svazu průmyslu a dopravy ČR.

Dlouhodobě se zabýváte postavením zaměstnaných žen. Proč vás právě rovné pracovní příležitosti tak zaujaly?

Svaz průmyslu a dopravy ČR je zaměstnavatelská a podnikatelská organizace, takže jsme hlavními aktéry trhu práce a světa podnikání. Náš zájem je, aby se zvýšila zaměstnanost všech pracovníků – žen i mužů. Tak, aby měli stejné šance na vzdělání a odbornou přípravu, které jsou v souladu s potřebami trhu práce, aby měli stejný přístup na trh práce, stejnou šanci se tam udržet, aby byl jasný přístup ke kariéře a byli odměňováni stejně za stejnou nebo srovnatelnou práci. No, a mezi podnikateli je stále ještě asi jen 30 % žen, to je málo. Nám jde o posílení konkurenceschopnosti podniků a hospodářský růst, a je tedy škoda nevyužít celý potenciál lidského kapitálu.

Dochází u nás stále k diskriminaci pohlaví? Čeho se nejvíce týká?

U nás, a v podstatě dnes už „u nás v Evropě“, zatím nejsou vytvořeny podmínky pro rovné šance. Ta nerovnost vzniká zejména ve čtyřech oblastech, o kterých se často hovoří. To jsou ty stále opakované stereotypy v rodinách a ve školách vedoucí k pozdější segregaci trhů práce, stále ještě málo žen v podnikání, ve vedoucích pozicích, málo podpory pro sladění rodinných a pracovních povinností a stále chronické nerovné odměňování. Ty pomyslné váhy se stále ještě vychylují v neprospěch žen.

Nebudou i emancipované ženy vždy na pracovišti hendikepovány svými povinnostmi vůči dětem a rodině?

Ano, to znevýhodnění, ten hendikep je dán

– a o tom jsou všechny ty snahy ho rozložit mezi oba rodiče a mezi společnost tak, aby rodina – muž a žena – mohli fungovat jako tým. Samotné slaďování pracovního a rodinného života, které již dnes vstoupilo do povědomí, je komplexní proces. Podmínky si musí vytvořit už samotná rodina (rodičovská a otcovská dovolená), podmínky musí vytvořit zaměstnavatelé formou flexibilních forem práce i režimů pracovní doby, podpora musí přijít i od státu formou kvalitní, přístupné a dostupné péče o děti a závislé osoby. Musím říci, že zaměstnavatelé už v tomto ohledu hodně pokročili.

Čím se mohou ženy lépe uplatnit jako podnikatelky nebo manažerky ve srovnání s mužskými protějšky?

Já jsem v tomto ohledu velmi objektivní, vždy je to o jednotlivci – muži či ženě – jak se umí k životu a práci postavit. Celá problematika rovnosti žen a mužů je spíše o plném využití potenciálu pracovní síly. Nebo chcete-li v obřádku garde – je to o stále ještě nevyužitém potenciálu žen. Na 60 % absolventů vysokých škol jsou ženy, a přitom se stále nedaří

SP

Svaz průmyslu a dopravy ČR

naplnit cíl zaměstnanosti žen stanovený v EU strategií růstu a zaměstnanosti. Ženy jsou nejvíce ohroženy ztrátou

zaměstnání – no není tohle hazard s lidským potenciálem? Ženy jsou pragmatické a do smíšených pracovních týmů vnášejí konstruktivnost a kreativitu, od mužů se zase učí sebevědomí a asertivitě.

Doporučujete práci na dálku jako jeden z nejlepších způsobů, jak zaměstnat ženy s mateřskými povinnostmi. Co brání v ČR širšímu uplatnění teleworkingu?

Není ještě přesně statisticky doloženo, kolik pracovníků – žen a mužů – využívá formu teleworkingu. V EU se to pohybuje od 2 % do 12 %. ČR je blíže té dolní hranici. Přitom práce na dálku je progresivní formou práce a sehraje svoji úlohu v procesu slaďování práce, osobního a rodinného života. Ano, pro ženy na mateřské dovolené je naprosto ideální. Žena je doma s dítětem, práci si rozvrhne podle jeho režimu, a přitom zůstává v kontaktu s pracovištěm a udržuje si svoji profesi. Telework je však vhodný i pro studenty, pro osoby se zdravotním postižením, pro starší pracovníky – je výhodný i pro zaměstnavatele. Proč není telework více rozšířený? Asi z více důvodů – nevhodnost pro některá pracoviště, nedostatečné vybavení telekomunikační technikou, nízká adaptabilita pracovníků, nízké povědomí zaměstnanců i zaměstnavatelů. Stále bohužel přetrvává povědomí, že kdo „nesedí“ na pracovišti „jako by nebyl“.

Na co jako úspěšná topmanažerka nejvíc spoléháte vy?

Spoléhám na zdravý rozum a pragmatický přístup. Jsem už ve věku, kdy jsem prošla snad všemi peripetiemi zaměstnané ženy, která chtěla pracovat s nasazením, budovat kariéru a současně se postarat o rodinu a dítě. No a cestou jsem narazila na všechny překážky, na které žena na své cestě vzhůru nutně narazí. Otázka rovnosti pohlaví by se neměla přeceňovat, ale také ne podceňovat. Ale budme pozitivní, situace se zlepšuje!

ptal se Pavel Kačer

Ženy jsou pragmatické a do smíšených pracovních týmů vnášejí konstruktivnost a kreativitu, od mužů se zase učí sebevědomí a asertivitě.

Ing. Vladimíra Drbalová

Rychlost mne vždy fascinovala



Název tohoto komplexu dovedností jsem přijal za svůj před více než čtvrtstoletím poněkud nešťastně. Dnes bych zvolil třeba „inteligentní čtení“ nebo tak. Ale pojem „rychločtení“ se už historicky proslavil, je to proslulá obchodní značka, stovky mých kurzů mu daly jiný, mnohem širší význam, než má zahraniční „speedreading“.

Ing. David Gruber

foto: ateliér Slava Slavík, Atlanta, USA

Jméno Ing. David Gruber mezi našimi čtenářkami a čtenáři jistě nepotřebuje dlouhého představování. Jde o osobnost, která toho ostatní hodně naučila, a možná nejen v technice duševní práce, jak se celý ten soubor jeho dovedností s poselstvím před dalšími otazníky nazývá. Lidé si rádi čtou jeho knihy, s chutí chodí na přednášky, zapisují se do kurzů, které jim dopomáhají zdokonalovat vlastní já.

Proslul jste jako zábavný člověk, který dokáže učit jiné. To je docela těžké...

Aby ne! Má-li být výuka nenucená a zábavná jako Manéž Bolka Polívky a má-li žák po pár dnech vyjít z učebny vzdělán jako po měsíci na Harvardu, to je fuška! Však se také přes třicet let snažím – a ještě jsem nebyl najednou s manželkou a všemi třemi dětmi na dovolené... Ale ohlasy žáků a čtenářů mi dávají signál, že nejdu zase tak úplně špatnou cestou.

Jste autorem řady publikací, mnohé z nich napovídají také o nesmiřitelnosti pochopení duše ženy mužem a naopak. Jak to tedy vlastně mezi lidmi je?

Až budou ženy aspoň deset tisíc let hlavně lovit a fyzicky bojovat s nepří-

telem a na chlapy zbude všechna ostatní práce a starosti, tak se obě pohlaví dokonale do sebe vcítí a pochopí. Dotsud to sto tisíc let bylo naopak – a to se jen tak z psychiky nevymaže.

Povězte zcela nediplomaticky – co vás na ženách fascinuje?

Dobýt si úctu a uznání od ženy je podle mne v jistém smyslu těžší než od muže. U muže stačí, když mu impuls k účtě vzejde z matematických či technických tabulek a propočtů; žena k tomu však musí mít navíc i patřičný pocit. Ale když ten pocit má, tak dokáže dát člověku najevo uznání způsobem, který je pro muže nenapodobitelný. To mne na ženách fascinuje.

Jak se něžná polovina lidstva učí – v čem je vnímavější než muži?

Umí se pro skvělé učení nadchnout viditelněji než muži. A když už se nadchne, dá do sebevzdělávání takovou sílu, která ji jindy v jiné situaci udržuje noc co noc bdělou a maximálně vnímavou nad nemocným děckem... a to je opět druh bdělosti a vnímavosti, takové komplexní rozumově pocitové, která je většině mužů cizí.

Ostatně – komu přednášíte raději? Ženám, či naopak?

Samozřejmě nejraději smíšeným kolektivům, v nichž to může mezi studenty a studentkami patřičně příjemně decentně jiskřit. Ale když nám nedávno po komunikační přednášce (spíše po show, kterou jsem vedl spolu se svým VIP pomocníkem Radimem Uzlem) vestoje tleskalo skoro pět desítek krásných, chytrých a pracovitých žen (kosmetických poradkyň), tak to byl jistě velmi pěkný pocit. I proto, že skupina posluchaček byla výhradně ženská. To víte – nic na světě není větší než mužská ješitnost a nikdo na světě není bezbrannější proti ženské chvále a obdivu než tvor zvaný muž.

Do dějin výuky jste vstoupil metodami rychločtení – čemu se tak vlastně může člověk přiučit, co mu to posléze umožní?

Vnímat text bez umění rychločtení – to je jako jíst suchý chleba s vodou. Vnímat text metodami rychločtení a racionálního čtení, to je jako jíst na přepychovém rautu s úžasnými lahůdkami. Rychločtení jistě mj. šetří čas, ale je to především pečlivé a hluboké čtení. Název tohoto komplexu dovedností jsem přijal za svůj před více než čtvrtstoletím poněkud nešťastně. Dnes bych zvolil třeba „inteligentní čtení“ nebo tak. Ale pojem „rychločtení“ se už historicky proslavil, je to proslulá obchodní značka, stovky mých kurzů mu daly jiný, mnohem širší význam, než má zahraniční „speedreading“. Více o tom píšu na www.gruber.blog.idnes.cz.



David Gruber při výuce amerických školáků
foto: ateliér Slava Slavík, Atlanta, USA

► **Vaší klientelou jsou často lidé z businessu, podnikatelé a manažeři, samozřejmě včetně žen – co byste ze svého programu doporučil těm, kteří se učí hospodařit s časem?**

Oficiální školství nás učí dělat (mnohdy zbytečné a od života odtržené) věci správně. Time management je o tom, že je třeba dělat správné věci. Tak to říká americký guru Peter Drucker. Synonymickými slovy jej potvrzuje jeho neméně slavný kolega Stephen R. Covey: „First things first!“. Je mi ctí, že pana Coveye mohu též počítat ke čtenářům své anglicko-české komunikační knihy „Angličtina No Problem“, za niž mi loni v Praze osobně poděkoval.

Co v běžném životě firmy pokládáte za ztrátu času?

Vyřizovat na pět mailů či telefonátů to, co by šlo na jeden. Takové ty dodatky, změny, posuny schůzek či termínů. Měla by vzniknout atmosféra, která každého takového plýtváče odsune na okraj společnosti – lidsky i kariérově a platově. Nedávno jsem si spočítal, že administrativní úkon, který trvá standardnímu českému úřadu tři měsíce, musím já ve své malé firmě zvládnout do dvaceti minut – jinak bych se prostě neuživil. Ale dělám to rád, rychlost (při dodržení přesnosti a kvality) mne vždy fascinovala.

Svoje know-how shrnujete pod pojem Techniky duševní práce. K čemu už vašim žákům dopomohly?

Jde o poměrně nový vědní obor; vznikl mou závěrečnou prací v postgraduálním studiu pedagogiky a psychologie na Filozofické fakultě olomoucké univerzity. Obhájil jsem

ji před státní komisí v září 1984. Za 25 let knížek, článků, televizních seriálů a kurzů udělala tato věda podle řady ohlasů po psychické stránce takový převrat v psychologii komunikace, jako v technické stránce komunikace udělaly počítače, internet a mobily. Žáci rektorů, žáci univerzitních profesori, žáci náměstci ministrů, žáci lékaři, učitelé, novináři, sekretářky, manažeři, diplomaté, technici... žáci všech duševních profesí – ti by zde měli povídat místo mne. Oni také už přes 25 let povídají – není těžké vyhledat si ohlasy žáků třeba na www.gruber.cz. Zájemcům o Techniky duševní práce pomohou tyto nezávislé ohlasy zorientoval se stokrát lépe, než kdybych si nějaké chvalozpěvy subjektivně vymýšlel já sám. A vezměte si jen, kolik lidí jde v mých šlépějích a kolik se veze na poptávce po kurzech komunikačních dovedností, mana-

To víte – nic na světě není větší než mužská ješitnost a nikdo na světě není bezbrannější proti ženské chvále a obdivu než tvor zvaný muž.

žerských dovedností a rozvoje osobnosti. Na poptávce, kterou jsem z praktické nuly vytáhl na celostátní širokou poptávku během 80. let a kterou jsem dále rozvíjel a rozvíjím. Každý dnešní člověk v povolání „samostatný lektor“ pracuje v profesi založené a proslavené v naší zemi Davidem Gruberem, každý poskytovatel krátkodobých několikadenních kurzů výše zmíněných témat poskytuje veřejnosti službu založenou a proslavenou Davidem Gru-

berem. Nemělo by se zapomínat na to, že tato profese a tyto vzdělávací služby k nám nepřišly „tak nějak samovolně ze Západu“.

Vyučujete jak v České republice, tak ve světě – kdo a na jaké služby si vás najímá?

Zčásti agentury – nejvíce a pravidelně už téměř 10 let vzdělávací agentura I. VOX z Prahy. O něco kratší dobu a o něco fidčeji celosvětově vzdělávací firma IIR. Většinu své práce však mám přímo pro firmy a instituce – od prezidentské kanceláře a jiných nejvyšších centrálních orgánů po malou školičku v Horní Dolní. Největší tradici však mají kurzy, na něž získávám účastníky přímo, přes www.gruber.cz. Jsem rád, že v dnešní době překypující reklamy mám dobrou poptávku po kurzech prakticky bez inzerce – hlavně na základě toho, co si lidé řeknou o zážitcích z kurzů mezi sebou. Nebo nakolik je zaujmou mé odborné novinové články. To většina ostatních nabízetelů musí masivně inzerovat, nejednou i získávat klienty osobním nábojem a přemlouváním ze strany marketingových pracovníků. Dokonce se stalo, že někteří rábdoby konkurenti nepravdivě pozměňovali záznam o mně na wikipedii – psali tam, že jsem ukončil činnost a kurzy už nedělám. Jen jen aby si zájemci nemohli porovnat tradici, renomé, užitečnost, odbornost, spolehlivost... A zahraniční práce? Myslím, že českou čtenářku nemusí až tak moc zajímat, že jsem třeba krátce učil českému rychločtení americké školáky v Atlantě (Georgia) v USA. Snad... snad z mých zahraničních aktivit, kdy klienty jsou Češky a Češi, by mohla čtenářky zajímat tzv. koučovaná angličtina, která probíhá v Anglii, na Maltě, v Austrálii nebo v USA. Ale to by bylo na samostatný rozhovor.



Červencový křest dobrodružného epigonského románu Davida Grubera měl čtyři vzácné kmotry. Dr. Martin Holcát (zcela vlevo) je bývalý dlouholetý ředitel Všeobecné fakultní nemocnice Praha – Vinohrady, náměstek ministra zdravotnictví a šéf konzilií pro léčbu Václava Havla, nyní náměstek Fakultní nemocnice Motol. A Gruberův nejen žák, ale i organizátor kurzů už v 80. letech. Ivan Roessler – druhý zleva – je bývalý dlouholetý šéfredaktor redakce zábavy televize Nova, Gruberův žák z dubna 1989, tehdy rozhlasový redaktor známého pořadu Mikroforum. Radima Uzla a Petra Novotného netřeba představovat. foto: PhDr. Josef Louda

► **A ještě něco: co vy sám umíte dělat tak, abyste z času, který se nikdy nevrátí, vytěžil maximum?**

Nezapomínejte na známé úsloví „někdo něčemu pouze učí, někdo jiný to přímo dělá“, ha! Samozřejmě jsem žertoval. Kdo něčemu učí, měl by to sám co nejlépe umět. Takže – 56 mých napsaných knih, přes milion jejich prodaných

výtisků, téměř tisícovka spontánně bez inzerce objednaných a slušně odučených kurzů – to je pro mé žáky jakousi pojistkou, že jim v kurzech o využití času „nekecám“. Kdybych měl těch knížek na kontě napsaných méně než třicet, prodaných méně než půl milionu, kurzů odučených méně než pět set, začátek soukromé kariéry až po roce 1989, nemohl by přece jeden den

mého kurzu stát ani desetinu toho, co stojí nyní. Měl by přece méně než desetinou hodnotu! To bych si přece vůči klientům nemohl dovolit! Takové cenové rozdíly mezi průkopníkem-zakladatelem a pokračovatelem-rozvíječem platí v každé civilizované zemi. Letným pohledem na českou nabídku vzdělávání dospělých zjistíte, kolik lektorů s těmi skromnějšími výše uvedenými parametry tradice a renomé má cenu jednoho dne kurzu nižší než desetinu ceny mé a kolik vyšší... Z toho se pak dá dovodit míra civilizovanosti naší vzdělávací scény. A vytěžení maxima z času? Fráze „vytěžit maximum“ mi už v mém zralejším věku připadá poněkud méně úžasná, než když jsem stál na začátku své kariéry. Takovým maximumem, takovým jedinečným zdrojem pohody a uspokojení je, když si žáci třeba po desítkách let od kurzu vzpomínají na těch pár dnů, jako by to bylo včera. Třeba den před tímto našim rozhovorem jsem při výletu na Praděd potkal význačného žáka z 90. let, Jirku. Dlouholetý lékař, primář, ředitel lázní pro churavé děti. Ve svém věku šedesát let studuje v Olomouci teologii, připravuje se na jáhenské svěcení. Na těch bohosloveckých studiích je premiantem. Po vystudování a vysvěcení bude jedním z velmi mála českých lékařů-duchovních.

za slova, která budou mít jistě pokračování, poděkovala Eva Brixí

Která z čtenářek se však zajímá o tematiku blíže, může mi napsat na info@gruber.cz.

„Chytré výrobky“ pomáhají šetřit

Nejen v době hospodářské krize se spotřebitelé snaží zefektivňovat své výdaje za chod domácnosti. Výrobci spotřebního zboží jim vycházejí vstříc nabídkou po všech stránkách úsporných produktů. Praní při nízkých teplotách je mezi spotřebiteli v regionu střední a východní Evropy stále více populární. Jako reakci na požadavky spotřebitelů vyvinula společnost Henkel prací prostředek Persil Gold Plus Cold Active účinný již při 30 °C. Enzymy v něm obsažené působí ve studené vodě, čímž se snižuje množství elektrické energie nutné k praní, a to při zachování maximálního výkonu výrobku. Praní při nižších teplotách umožňuje aktivace účinných látek již ve studené vodě, tedy hned na začátku praní. Náklady na ohřev vody představují 70–80 % z celkového množství energie nutné pro prací cyklus. S novým práškem na praní je tak možné ušetřit energii v ceně průměrné spotřeby pracího prostředku Persil na celý rok. Výzkum v rámci regionu střední a východní Evropy ukázal, že 50 % spotřebitelů plánuje snížit výdaje za elektřinu a plyn. V České republice je rozhodnuto šetřit energii dokonce 87 % domácností, jak ukázal výzkum společnosti Mareco v únoru letošního roku. Testy novinky Persil Gold Plus Cold Active v pračkách Bosch pro-



kázaly významnou úsporu energie při praní na 30 °C. Při cenách za elektřinu 4,04 Kč/kWh a průměrném praní 2,6krát za týden ušetří spotřebitel ročně 1301 Kč oproti praní na 90 °C a 809 Kč ve srovnání s praním na 60 °C. Díky novému enzymu tedy není třeba vydávat

energii na ohřev vody a kvalita vyprání zůstane stejná. Persil uvádí na trh nejnovější inovativní technologie v oblasti pracích prostředků již přes 100 let a stále zůstává nejdůvěryhodnější značkou. V roce 2006 dosáhl Persil prvenství na trhu prémiových pracích prostředků. Persil je i v současnosti lídrem a tvoří téměř čtvrtinu celého trhu pracích prostředků v České republice. Již více než 130 let se Henkel snaží činit lidský život snazší, lepší a krásnější. Firma nabízí silné značky a technologie ve třech oblastech – prací a čistící prostředky, kosmetika a lepidla a technologie. Přes 52 000 zaměstnanců ve 125 zemích světa každý den usiluje o naplnění firemního mota „A Brand like a Friend“ (Značka jako přítel). Na českém trhu prodává firma Henkel ČR produkty více než 50 značek a zaměstnává 250 zaměstnanců.

(tz)

20
09 | Svět
reklamy

Prezentační veletrhy firem z oblasti reklamy, marketingu a polygrafie

22. září 2009

Interhotel Voroněž
Brno

Úterý 9.00 - 17.00 hod.

6. října 2009

Hotel Diplomat
Praha

Úterý 9.00 - 17.00 hod.

Muži jsou specialisté na řezné rány, ženy postihuje nejčastěji podvrtnutý kotník

Z interních statistik Pojišťovny České spořitelny vyplývá, že nejčastěji nahlašovanými úrazy jsou v případě mužů řezné rány (16,1 %) a u žen podvrtnutý kotník (11,3 %). Celkově klienti za poslední rok pojišťovně oznámili 45 000 úrazů. Velmi opatrní na své zdraví bychom měli být zejména během května a června. V těchto měsících totiž Pojišťovna České spořitelny tradičně registruje nejvíce úrazů v roce.

„Pokud bychom měli odpovědět na otázku, které pohlaví více trpí úrazy a zraněními, jsou to dle našich statistik jednoznačně muži. Při srovnatelném počtu pojištěných žen a mužů zaznamenáváme zhruba dvojnásobný počet nahlášených úrazů ze strany mužské části populace,“ uvedl Mikuláš Duda, tiskový mluvčí Pojišťovny České spořitelny.

	Pojištné události ženy	Podíl
1.	podvrtnutý kotník	11,30 %
2.	řezná rána	10,00 %
3.	pohmoždění horní končetiny	7,90 %
4.	podvrtnutí prstů	5,40 %
5.	zlomené prsty	4,70 %
6.	podvrtnutí kolene	3,90 %
7.	pohmoždění kyčle, kolene, hlezna	3,90 %
8.	pohmoždění dolní končetiny	3,70 %

V rámci pojistných událostí ženy častěji než muži hlásí pohmoždění horní končetiny, podvrtnuté nebo zlomené prsty. Na pohmoždění dolních končetin zase trpí relativně více muži.

	Pojištné události muži	Podíl
1.	řezná rána	16,10 %
2.	podvrtnutý kotník	9,50 %
3.	pohmoždění horní končetiny	5,70 %
4.	pohmoždění dolní končetiny	4,00 %
5.	podvrtnutí kolene	3,90 %
6.	zlomené prsty	3,70 %
7.	pohmoždění kyčle, kolene, hlezna	3,30 %
8.	podvrtnutí prstů	3,20 %

Nejvíce úrazů nastává během jara, naopak letní prázdninové měsíce bývají, co se týče počtu nahlášených pojistných událostí, spíše podprůměrné. V případě vzniku pojistné události je třeba pojišťovně tuto událost v zájmu urychlení její likvidace nahlásit co nejdříve. Doba od pojistné události do jejího nahlášení nesmí přesáhnout tzv. promlčecí lhůtu. Promlčecí doba je v případě úrazu tříletá a počíná běžet za jeden rok po vzniku pojistné události, jedná-li se však o pojistnou událost z pojištění pro případ smrti

z jakýchkoliv příčin (s výjimkou smrti úrazem) je promlčecí doba desetiletá a počíná běžet za jeden rok po vzniku pojistné události. Více na www.pojistovnacs.cz. V rámci soutěže Pojišťovna roku 2008 získala Pojišťovna České spořitelny v kategorii Likvidace pojistných škod nejvyšší ocenění. V loňském roce její zaměstnanci vyřídili rekordní počet 60 000 pojistných událostí. Doba, za kterou je pojišťovna schopna poskytnout klientům plnění, patří mezi nejkratší na trhu.

(tz)



Využívejte výhod s kartou Sphere card!

- **výhody a slevy 5 - 30% ... i více**
- **elektronický katalog na www.sphere.cz**
- **možná úspora v rádech i několika tisíc korun ročně**
- **pravidelné novinky e-News**



- **7 000 obchodních míst v ČR a SR**

V jakých oblastech využijete kartu Sphere card?

Auto - moto ■ Dům - bydlení
Elektronika - technika ■ Móda - módní doplňky
Sport - volný čas ■ Hobby ■ Kultura - zábava
Cestování - restaurace ■ Péče o tělo ■ Služby



www.sphere.cz

Karta plná výhod

s Bohuslavou Šenkýřovou

Mám dobrou zprávu:

od září 2009 se pyšníme titulem UNIVERZITA

Vzpomínám na letošní jaro v Praze na Žofíně. Udělovala se tam ocenění, která navždy zůstanou v srdci těch, kteří je obdrželi. Mezi těmito osobnostmi byla Dr. Bohuslava Šenkýřová, rektorka Vysoké školy finanční a správní, od 16. dubna také Manažerka roku 2008. Úsměv na její tváři vykouzilo vědomí z radosti nad tím, že její úspěch je vyznamenáním celé školy, která za to desetiletí, co vychovává odborníky národohospodáře, finančníky, marketéry, vstoupila na hvězdné nebe českého soukromého školství. Stejně tak se usmívala i při setkání nad otázkami, které jsem si dovolila jí položit. Měla radost, že sdělí vám, milé čtenářky a čtenáři, jak plány nejen samotné VŠFS, ale celého Společenství škol, u nichž od počátku stojí, zkošatěly samotnou praxí. A když má někdo radost, tak se nemračí. Naopak jiskří energií a myšlenky plynou dvojnásobnou intenzitou. Bylo posilující Bohuslavu Šenkýřovou poslouchat:



Dr. Bohuslava Šenkýřová

Jméno VŠFS zvoní, je to značka s velkou prestiží. Co jí podle vašeho názoru dodalo takovou sílu?

Asi to bude zejména poctivý přístup, tah na branku, snad i filozofie, kterou jsme si formulovali do mota a poslání a v neposlední řadě spousta tvrdé, mravenčí práce. Energie všech lidí, kteří na ní pracovali a pracují, studovali a studují. Většina z nich má svoji vysokou školu hodně ráda, zanechává na ní stopu a je to asi vidět, když jste si toho všimla i vy.

Zní to jako klišé, ale je to stále pravda: vše je o lidech a vůdčích osobnostech. Vy sama sršíte energií, ostatní ženete vpřed, zajímáte se o spousty věcí – když si to tak promítnete v hlavě – nemáte chuť někdy přibrzdit? Anebo by to bylo to nejhorší, co by se mohlo stát? Máte pravdu. Občas mě přátelé varují, že už mám také svůj věk a měla bych přibrzdit.

Mně se ale zdá, že musím ještě na tomto světě dokončit tolik věcí... Nejhorší asi je, když člověk, neboť i manažerka je člověk, vážněji onemocní. Nejhorší není „přibrzdit“. Na „plný plyn“ se nedá jet pořád. Ale rychlost stále musí být dostatečná, aby stačila na rozvoj školy. Někdy je potřeba nasadit dočasně raketové tempo, jindy se chvíli jede na jedničku. Důležité je vědět, kam se jede, a docílit, aby tam s vámi jela celá škola. Důležité je zachovat optimismus, věřit si a vždy se dokázat rozhodnout, i když je to někdy dost těžké, protože je to u nás většinou rozhodování o lidech. Navíc fungovat na plný plyn prostě chce ovládnout umění volného času. Velkou zásobnicí energie je pro mě cestování a fotografování, ale to bych nebyla já, kdybych nakonec i svůj ko-

níček nespojila se školou. Letos tak vyjde již čtvrtý kalendář s fotografiemi z mých cest, tentokrát z Jordánska, jenž má podpořit náš stipendijní fond.

Ostatně – z čeho berete sílu k boji? Někdy jsou to až větrné mlýny, které se určitě nepřibližují k těm božím, jež melou pomalu, ale spravedlivě. Častokrát jste hovořila o podmínkách k podnikání v soukromém školství – je zde stále hodně problémů?

A kde problémy nejsou? Naštěstí nevedu žádné krvavé boje, ale řídím Společenství škol. Školství má řadu svých specifických problémů, ale nestěžuji si, zůstávám optimistická a myslím, že bude líp. A pokud se týká první části otázky – věřím, že každý člověk má danu do vínku určitou energii a záleží na něm, jak ji použije. Já většinu

svého „dílu“ spotřebuji pro školy. Patří to významně k mému smyslu života, věřím, že je to moje poslání. Energii se snažím dobýjet od svých spolupracovníků, z cestování, fotografování, které vám otevře úplně jiné světy, a také u své vnučky Aničky, která už oslavila jeden a půl roku a je pro mě velkou radostí.

O některých problémech se jistě zmíníte na konferenci, kterou chystáte na podzim. Čeho všeho se bude týkat a jaké si nese poselství?

Letos uběhne již 10 let od doby, kdy vešel v platnost vysokoškolský zákon, který umožnil vznik soukromých vysokých škol. Tohoto výročí chceme využít nejen k ohlédnutí se zpátky, k připomenutí odborné i laické veřejnosti, jakou cestu za tu dobu soukromé vysoké školy ušly, úspěchy, kterých dosáhly, ale hlavně k pojmenování problémů současnosti a k naznačení jejich možných řešení. Svůj prostor dostane vysokoškolské vzdělávání jako celek, tedy i veřejné vysoké školy. S hlavním referátem na konferenci, která vznikla z iniciativy Vysoké školy finanční a správní a Vysoké školy podnikání v Ostravě, vystoupí ministryně školství, mládeže a tělovýchovy, dále zástupce Rady vysokých škol, předseda České konference rektorů, předsedkyně Akreditační komise, předseda Akademie věd, několik rektorů veřejných a soukromých vysokých škol a řada dalších významných osobností, které, podle našeho názoru, mohou významně budoucí vývoj terciárního vzdělávání ovlivnit.

Za dobu, kdy se do povědomí odborné a podnikatelsko-manažerské veřejnosti dostala čtyři písmenka VŠFS, se však podnikatelské plány hodně rozrostly. K soukromé vysoké škole, která aspiruje na titul první soukromá ekonomická univerzita v ČR, přibyla střední škola, základní i mateřská. Jde o mnohorozměrný, ucelený projekt, jste jediné společenství škol u nás právě v tomto pojetí...

Mám dobrou zprávu. Už nejsme aspiranti na univerzitu, už jí jsme! Uspěli jsme před Akreditační komisí a získali akreditaci doktorského studia pro obor Finance. Od září 2009 se pyšníme titulem UNIVERZITA a budeme zvažovat, zda se nerozdělíme na fakulty. Počet studentů už je dost velký, abychom tento krok promysleli, chceme-li zachovat kvalitu své školy. V tomto roce začnou také zápisy do našich mateřských škol a základní školy, které pod názvem Kouzelné školy budou pracovat metodou „montessori“. A celé Společenství budeme „doladovat“. Máme ještě práce „jako na kostele“, ale děláme to s entuziasmem a moc se na naše nejmenší žáčky těšíme. Naše Společenství škol skutečně nabízí propojené vzdělávání napříč generacemi od tří let dále. Pro starší žáky jsme otevřeli víceleté gymnázium BAG8, které má za sebou rok provozu. V patnácti letech si může školák vybrat naši Bankovní akademii – střední odbornou školu, na které nabízíme i studium ekonomického lycea. Po maturitě je tu

Na naší škole přednáší například významná manažerka jednoho velkého nakladatelství, majitel velké reklamní agentury nebo skvělí žurnalisté.

možnost nastoupit na Bankovní akademii – vyšší odbornou školu nebo přímo na Vysokou školu finanční a správní. Ta nově, jak jsem se již zmínila, nabízí i doktorské studium. Od gymnázia „výše“ mají možnost všichni studovat dálkově. A samozřejmě jsou tu i naše kurzy celoživotního vzdělávání nebo Univerzita třetího věku. Prostě nabídka je bohatá. Pokud je mi známo, podobný projekt v ČR neexistuje. Zato v Číně nejsou taková společenství škol žádnou novinkou.

Učíte lidičky od tří do 25 a více let. Myslíte si, že vám ti nejmenší zůstanou věrní až do studia MBA či Ph.D.? Bylo by to věru krásné.

Bylo. Věřím, že se takoví věrní „extrémisté“ najdou. Doufám, že zpočátku jejich rodiče a později i je osobně přesvědčíme o našich kvalitách, tak aby už neměli potřebu hledat dál, ale nakonec to vlastně nebude záležet jenom na nás, ale na spoustě okolností. Představte si třeba studenta, který ví, že jeho posláním je lékařská věda nebo třeba mistrovské hraní na housle. Máme značné ambice, ale určitě nedokážeme uspokojit všechny studijní touhy a plány, a ani nechceme! Co rozhodně chceme, je být nejlepší ve svém oboru a skutečně přesvědčit stejně naladěné



► studenty, že studovat v rámci propojeného Společenství škol přináší výhody jednotné vize a koncepce. My budeme garantovat kvalitní návazné studium, částečně přístupné obory, individuální přátelský přístup se zdravou náročností a rozvoj talentu (v závislosti na typu školy). Očekávání rodičů a studentů mohou být odlišná a také je normální, že po několika letech studia zatouží student po změně. Budeme se snažit s nimi velmi dobře komunikovat a věřím, že naplníme naše krédo, že ve Společenství škol studují všechny generace – vnuk, syn, rodiče i prarodiče.

VŠFS získala zajímavou podporu 12,6 milionu korun z fondů EU na realizaci jednoho z vašich projektů – do čeho se vlastně peníze budou investovat?

Do dalšího vzdělávání vědeckých pracovníků v regionech. Tento projekt s názvem „Multiplikační efekty postgraduálního celoživotního vzdělávání vědeckých pracovníků v regionálních podmínkách“ nám umožní realizovat celou řadu vzdělávacích kurzů pro pedagogy, vědecké pracovníky, pracovníky výzkumu a vývoje, ale i doktorandy a studenty vysokých škol. Naplňuje tak naše letité přesvědčení, že nejvíc vzdělávat se musí právě pedagogové a vědecktí pracovníci, protože jsou na ně kladeny největší nároky. Projekt je realizován v rámci Operačního programu Vzdělávání pro konkurenceschopnost s finanční podporou Evropského sociálního fondu a státního rozpočtu ČR a patří k největším, které Vysoká škola finanční a správní ve své historii získala. V jeho průběhu se bude cílová skupina vzdělávat v oblastech, jako je řízení, popularizace, komunikace a šíření výsledků výzkumu a vývoje do praxe, v problematice transferu technologií apod. Významným příspěvkem bude vytváření kvalitních týmů výzkumu a vývoje včetně jejich dalšího rozvoje



a podpora mobility, zejména mezi výzkumnými institucemi a soukromým sektorem. V průběhu projektu vznikne 6 vzdělávacích programů (5 i v e-learningové podobě), které budou odzkoušeny, vyhodnoceny, upraveny a opakovaně realizovány. Nedílnou součástí je plánovaný vznik partnerské sítě mezi výzkumnými organizacemi a zapojenými vysokými školami. Vzdělávací akce budou probíhat v prostorách naší školy v Mostě a v Kladně.

Přidali jste rovněž nový studijní obor – Veřejné finance. Někteří odborníci asi právem pociťují naléhavou potřebu svěžích myšlenek, které by do prostředí veřejných financí měly vstoupit a oživit ho. Určitě. I my jsme o tom přesvědčeni. Domníváme se, že potřeba svěžích myš-

lenek je cítit v každém oboru nehledě na jeho zaměření. Veřejné finance umožňují studentovi pojmout veřejnou správu z trochu jiného úhlu. Často slyšíme o problémech s rozpočty malých i větších obcí, o problémech s finančním čerpáním nejrůznějších grantů nejenom z Evropské unie. Náš nový obor připraví specialisty schopné těmto výzvám čelit. Odborníky, kteří se budou nejenom skvěle orientovat ve veřejné správě, ale i ve světě financí. A představte si, že tento studijní obor bude jediný, který v letošním akademickém roce pro malý počet zájemců neotevřeme.

Ohromný úspěch má obor Marketingová komunikace – budete ho dále obohacovat?

Marketingová komunikace je obor, o který je veliký zájem i proto, že je svým způsobem hodně „praktický“. Praxe se neustále vyvíjí a obor musí reagovat. Již loni vzniklo na škole malé televizní studio pod názvem Multimediální centrum. To jsme letos velkoryse vybavili další potřebnou technikou, takže naši studenti budou mít možnost vyzkoušet si v praxi téměř všechny obory spojené s multimédií a marketingem.

Navíc fungovat na plný plyn prostě chce ovládnout umění volného času.

Neustále také inovujeme obsah jednotlivých předmětů a daří se nám i získávat přední odborníky z praxe. Na naší škole přednáší například významná manažerka jednoho velkého nakladatelství, majitel velké reklamní agentury nebo skvělí žurnalisté. Prostě se snažíme najít pro studenty to nejlepší.

Na jaře jste byla poctěna titulem Manažerka roku 2008. Medializace byla velká, radost ještě větší. Jak jste ji vlastně prožívala?

Nejdřív jsem tomu nemohla uvěřit. Ptala jsem se sama sebe i svých přátel, zda je to vůbec spravedlivé, že zrovna já... Cítila jsem se poctěna a chápala jsem to jako úspěch celé školy. Ale přiznávám, že je příjemné, když někdo zvenčí ocení vaši práci, zvláště když je to v tak silně mužské společnosti. Pocty pro mě osobně nejsou příliš důležité. Ceremoniál byl velmi hezký, ale já jsem hlavně řešila to, abych dobře reprezentovala školu. A podobně jsem se snažila přistoupit i k následné publicitě. Hlavně nezapomenout na to, že svět se točí dál, ať už jsem nositelkou jakékoliv ceny. A protože jsem vzápětí odletěla do Jordánska nafotit fotky do kalendáře pro rok 2010 (filantropická činnost školy na podporu studia talentovaných sociálně a tělesně hendikepovaných studentů), brzo mi to všechno připadalo jako krásný sen...

otázky připravila Eva Brixi

foto: Pavel Kačer



Objem nově sjednaných hypoték klesl o polovinu

Zatímco v loňském roce bylo v červenci poskytnuto 6725 hypotéčních úvěrů v celkovém objemu 12,2 miliardy korun, v letošním sedmém měsíci to bylo jen 3639 úvěrů v hodnotě 6,02 miliardy korun.

Z pohledu celkového objemu sjednaných hypotéčních úvěrů to znamená meziroční propad o více než 50 %. Na obchodních výsledcích hypotéčních bank se podepisuje jednak nezáměr klientů o hypotéční financování, ale také výrazný pokles průměrné částky poskytnutého úvěru. V červenci loňského roku dosáhla průměrná částka hypotéky druhé nejvyšší hodnoty v celé historii sledování FINCENTRUM HYPOINDEXu. Banky tehdy poskytly klientům úvěry v průměrné hodnotě 1,813 milionu korun. V letošním červenci již činí průměrná částka úvěru pouze 1 654 062 Kč. Ke korekcím došlo jak u krátkých, tak dlouhých fixací. Průměrná výše úvěru u jednoletých

fixací se vrátila pod hranici 2 milionů korun, u pětiletých fixací klesla na 1 535 865 Kč. I přes klesající zájem klientů o hypotéční úvěry průměrné úrokové sazby rostou. Podle souhrnného ukazatele FINCENTRUM HYPOINDEX v červenci rostly oproti předchozímu měsíci sazby hypoték v průměru o 11 bazických bodů na 5,66 %. Největší podíl na růstu sazeb má změna preferencí klientů při volbě doby fixace a nárůst úrokových sazeb úvěrů s pětiletou dobou fixace. Tato kategorie úvěrů meziměsíčně podražila o 0,16 procentního bodu (na 5,56 %). „Nejvýznamnější vliv na změnu sazeb měla změna struktury preferovaných fixací ve výši 2 procentních bodů z levnějších pětiletých

a tříletých ve prospěch dražších jednoletých. Druhým významným faktorem byl růst sazeb u pětiletých fixací,“ komentoval vývoj úrokových sazeb jednotlivých fixací Josef Rajdl,



vedoucí analytik společnosti Fincentrum, a dodal: „Zároveň se mírně zvýšila variabilita sazeb – klientům se více vyplatí hledat levnější banku, neboť rozdíly v průměrných sazbách u pětiletých fixací činí přes 1,25 procentního bodu a u jednoletých pak téměř 2 procentní body.“

(tz)

PROČ JE PŘÁVĚ STAVEBNÍ SPOŘENÍ NEJLEPŠÍM ŘEŠENÍM PRO RODINNÉ FINANCE?

Stavební spoření je již řadu let osvědčeným pilířem rodinných financí. Však také tento produkt využívá prakticky polovina obyvatel České republiky. Květnový výzkum agentury AVE Marketing přitom doložil, že více než čtyři pětiny dotázaných považují stavební spoření za užitečný produkt. A hlavními důvody jsou výhodné ukládání peněz a zajištění rodiny.

S JAKÝMI JISTOTAMI MŮŽE ÚČASTNÍK STAVEBNÍHO SPOŘENÍ U ČMSS POČÍTAT?

Úroková jistota financování bydlení: Uzavřením smlouvy o stavebním spoření získává klient do budoucna i jistotu výhodného úročení úvěru na bydlení. Spořením si totiž automaticky postupně vytváří nárok na úvěr ze stavebního spoření. A jeho úrokové podmínky jsou pevně dané již ve smlouvě o spoření. Již dnes si tak klient může zajistit neměnný úrok z úvěru ve výši pouhých 3,7 procenta ročně.

Úroková jistota ve spoření: Úroková sazba spoření je pevná. Její výše odpovídá tarifu stavebního spoření, který si klient volí podle svých

záměrů a potřeb. To znamená podle toho, zda preferuje garanci nejnižší úrokové sazby z úvěru ze stavebního spoření, nebo výnos ze spoření. Mimochodem úrokové sazby běžných bankovních spořicích produktů jsou na historickém minimu a stavební spoření se jim více než vyrovná již základním úročením vkladů. **Bezpečnost:** Základem je pevné finanční zázemí největší a nejvyhledávanější stavební spořitelny v České republice. Samozřejmě i stoprocentní pojištění vkladů až do částky odpovídající 50 tisícům euro. Co je zvláště významné, pro 85 procent českého obyvatelstva představuje právě stavební spoření nejbezpečnější formu investic. Právě to potvrdil výzkum, který exklusivně pro ČMSS uskutečnila agentura SC&C. **Jedinečnost:** Žádný jiný produkt na tuzemském finančním trhu nenabízí takové kvality jako právě stavební spoření.

A ještě s jednou důležitou jistotou mohou zájemci a klienti počítat. Je to osobní finanční poradenství a profesionální klientský servis, které poskytuje více než 2800 finančních poradců ČMSS po celé republice. Samozřejmostí je projekt na míru klientových záměrů, možností a potřeb.



Kdybych měla mít strach, nemohla bych se obchodu věnovat vůbec

Nebojím se tvrdit, že je brněnská společnost TESCAN takový malý český zázrak. Z neviditelného soukromého domácího kapitálu vyrostl špičkový podnik s mezinárodním záběrem, který se smysluplně rozpíná dál, hledá své užitečné zacílení, zákazníky, pro které budou mít rastrovací elektronové mikroskopy význam. Přestože na trh vstupovala firma v době vlády světově proslulých značek i výrobců, kteří se podbízejí cenou, nikoli kvalitou, troufla si pomýšlet na to, že dobyde svět. A to se daří. Myslím, že taková vize je neuvěřitelně krásnou odvahou. O tom všem vypovídají i slova obchodní ředitelky Ing. Hany Glatzové:

Tescan je ryze česká soukromá firma, která se však etablovala v celém světě. Má jedinečný sortiment mikroskopů. K čemu vlastně slouží?

TESCAN, s.r.o. je firma zaměřená na vývoj, výrobu a prodej rastrovacích elektronových mikroskopů. Rastrovací elektronové mikroskopy slouží stejně jako optické mikroskopy

k pozorování velmi malých objektů. Na rozdíl od optických mikroskopů používají místo světla elektrony a dosahují zvětšení ve stovkách tisíců, zatímco moderní optický mikroskop má zvětšení asi 1000x. Od samých počátků vědy existuje zájem o pozorování stále menších a menších detailů; v biologii se zkoumají např. struktury buněk, bakterií a virů, v oblasti zkoumání vlastností materiálů se hledají např. nehomogenity a poruchy v kovech, krystalech a keramických materiálech, v geologii se studují horniny, minerály a fosilie za účelem pochopení původu naší planety a jejích minerálních zdrojů. Oblastí, kde se rastrovací elektronové mikroskopy uplatňují, je však mnohem více a zdaleka se neomezují pouze na vědu.

Patříte-li k pěti světovým dodavatelům rastrovacích mikroskopů pro nejrušnější odvětví, znamená to, že se nemusíte bát konkurence?

Dodavatelů a výrobců rastrovacích elektronových mikroskopů je ve světě samozřejmě víc než pět. My se počítáme mezi pět největších, tj. JEOL, HITACHI (japonské firmy), FEI (americká firma), Zeiss (německá firma) a náš TESCAN. Ale elektronové mikroskopy se vyrábějí i v Anglii, na Ukrajině, v Koreji, i v Číně. Ovšem mezi přístroji vyráběnými prvními jmenovanou pěticí výrobců a ostatními je jistý rozdíl v technické úrovni, i když v těch zásadních parametrech se u srovnatelné kategorie přístroje liší velmi málo.

Samozřejmě jsou rozdíly i v rámci první pěti výrobců. I když TESCAN je ve vybrané kategorii schopen svými výrobky konkurovat přístrojům kterékoliv jiné firmy z této pěti, ostatní 4 firmy mají náskok více než 40 let, pokud jde o působení v oblasti elektronové mikroskopie, jsou nesrovnatelně větší a v některých případech mají výhodu určitých forem státní podpory ve svých zemích. Takže je jasné, že Tescan čelí ostré konkurenci ze strany těchto velkých a silných firem, které připustily, aby Tescan pronikl mezi ně. A samozřejmě společně s nimi čelí konkurenci dalších výrobců, kteří nižší technickou úroveň svých přístrojů kompenzují velmi nízkými cenami.

Vášim trhem je mimo jiné Rusko a Čína. Ve druhé jmenované zemi jste založili společný podnik a investujete tam do prodejní sítě. Co si od toho slibujete?

Čína je velký a vyvíjející se trh s obrovským potenciálem. Takže přítomností v Číně a investicemi do vlastní prodejní sítě v Číně usilujeme pro začátek o zvýšení našich prodejů na čínském trhu, zlepšení zákaznické a servisní podpory a o těsnější vazbu se zákazníky a uživateli našich přístrojů na tomto území.

Ostatně jak jste i sama naznačila, je Čína řeškou nekonečných možností. Co je na tomto trhu obdivuhodné a čemu se tam lze přiučit?

Přiznám se, že nevím, co je na čínském trhu obdivuhodné, ale přiučit se něčemu lze asi vždycky a všude. Kromě toho, že čínský trh představuje obrovský potenciál, znamená Čína odlišnou kulturu a tyto kulturní odlišnosti poněkud ztěžují komunikaci s obchodními partnery. Nám trvalo určitou dobu, než jsme pochopili, že pouhým prosazováním našeho způsobu komunikace, prosazováním přímočarých řešení nedosáhneme potřebného sblížení s čínským



Ing. Hana Glatzová

Když projevíte zájem o partnera a jeho kulturu, třeba jen čínským „děkuji“ v e-mailu, komunikace začne být otevřenější a vstřícnější. A toto sblížení se a ochota společně řešit různé situace se časem projeví i na výsledcích vašeho snažení se na čínském trhu.



► partnerem tak, aby obě strany měly ze vzájemného obchodování dobrý pocit. Přestože náš obchod s Čínou nějakým způsobem probíhal, měli jsme stále dojem, že naše vzájemná komunikace je poněkud chladná a málo vstřícná, a to nemluvíme o nesrozumitelnosti angličtiny čínského partnera. Tento pocit marnosti nás přivedl k rozhodnutí zkusit alespoň trochu proniknout do čínského jazyka. Studium čínštiny neznamená pouze studium jazyka, ale i těch dalších kulturních zvláštností a odlišných zvyků. Už po první lekci čínštiny pochopíte, že tento jazyk je úplně jiný než ostatní jazyky západní kultury a hodně náročný, a pokud ho chcete alespoň trochu poznat, stojí to spoustu času. A tak jak je čínština jiná a nesnadná pro nás, tak je západní jazyk jiný a těžko pochopitelný pro čínského partnera. Když si toto člověk uvědomí, je mnohem tolerantnější, pokud jde o srozumitelnost angličtiny čínského partnera, a zároveň snadněji pochopí význam toho, co se mu partner snaží sdělit. Když projevíte zájem o partnera a jeho kulturu, třeba jen čínským „děkuji“ v e-mailu, komunikace začne být otevřenější a vstřícnější. A toto sblížení se a ochota společně řešit různé situace se časem projeví i na výsledcích vašeho snažení se na čínském trhu.

Jako obchodní ředitelka máte jistě v malíčku odlišnosti toho kterého prostředí, obchodní zvyklosti, detaily, na které se musí pamatovat. Která země se vám zvlášť citlivě zapsala do paměti?

Je pravda, že při své práci se setkávám s lidmi z mnoha různých zemí bez toho, že bych tyto země navštívila. Takže spíše než o zemích mohu mluvit o lidech. Po-

kud chci obchodovat, musím vyjít se všemi partnery ze všech zemí. S některými mám velmi přátelský vztah, s některými pouze velmi zdvořilý. Moje osobní slabost je náš korejský partner. Přesně si pamatuji, jak k nám před 7 lety poprvé přijel a těžko srozumitelnou angličtinou nám nabídl služby své firmy jako našeho zástupce pro Jižní Koreu. Také si vzpomínám, jak nás uprosil, abychom mu mikroskop pro prvního zákazníka prodali téměř za náklady. První obchod proběhl bez jakékoliv provize pro firmu DAE-IL. Dnes mikroskopy v Jižní Koreji prodává jejich sesterská firma TES-CAN Korea s patřičným počtem kvalifikovaných obchodníků a techniků; a máme v Jižní Koreji nainstalováno přes 70 přístrojů, od těch jednoduchých s wolframovou katodou až po komplikované systémy s autoemisní tryskou a fokusovaným iontovým svazkem. A na objemu našich prodejů do Jižní Koreje rozhodně nepoznáte, že světová ekonomika je v krizi. Tak pracovitě, korektně, zdvořile a loajálně obchodní partnery najdete málokde.

Víte o mnoha pozoruhodných prostředích, kde se vaše mikroskopy uplatňují – kde to je?

Jak už jsem se zmínila, mikroskopy najdete v mnoha oblastech – v průmyslu pro kontrolu kvality, na pracovištích univerzit a vědeckých ústavů nebo v laboratořích různého zaměření. Např. v kriminalistických laboratořích lze pomocí rastrovacího elektronového mikroskopu s příslušnými detektory zjistit, zda podezřelý střelil na oběť, lze zjistit, zda při srážce aut měla auta zapnutá světla, lze identifikovat nástroje použité při vloupání, lze zjistit pravost bankovek, smének a jiných dokumentů atd. Ve farmaceutických laboratořích se zkoumají např. povrchy zubních implantátů, zda mají potřebnou členitost, aby do nich mohla vrůst kostní tkáň, zkoumá se materiálové složení různých ortopedických náhrad, zkoumají se povrchy inhalátorů, zda umožňují správný rozptyl léku, aj.

Nám trvalo určitou dobu, než jsme pochopili, že pouhým prosazováním našeho způsobu komunikace, prosazováním přímočarých řešení nedosáhneme potřebného sblížení s čínským partnerem tak, aby obě strany měly ze vzájemného obchodování dobrý pocit.



Památkáři mohou ověřovat pravost obrazů podle materiálového složení barev, které je různé v různých dobách. Mikroskopy se využívají samozřejmě v automobilovém, leteckém, polovodičovém, textilním průmyslu, v průmyslu stavebních hmot atd.

Dá se říci, že pod mikroskopem existuje jiný svět?

Já nejsem „mikroskopář“, moje vzdělání je komerční. Ale neřekla bych, že svět viděný pomocí mikroskopu je jiný. Je to jen možnost spatřit detaily, které nám rozlišení prostého lidského oka vidět neumožní. Skutečnost je však taková, že někdy jsou to opravdu úžasné obrázky.

Měla jste někdy z určitého obchodu strach?

Kdybych měla mít z nějakého obchodu strach, nemohla bych se obchodu věnovat vůbec. V naší komoditě téměř vždy víte, kdo je konečný uživatel, protože elektronový mikroskop připravujete pro uživatele s ohledem na jeho konkrétní aplikace – tj. účel, pro který bude elektronový mikroskop používat. A málokdy dodáváte najednou více než jeden kus. Takže nejde o žádné spekulativní obchody s rizikovým příjemcem nebo s velkým množstvím zboží, kdy buď hodně vyděláte, nebo proděláte. Navíc my obchodujeme přes síť našich zástupců, s kterými uzavíráme vztahy dlouhodobě. A pokud s někým chcete obchodovat dlouhodobě, musíte být korektní. Samozřejmě i nám se občas realizace dodávky zkomplikuje, ale to jsou záležitosti, které se vždy dají vyřešit úplně nebo do značné míry vzájemným jednáním, kompromisem na jedné či druhé straně apod. Naší prioritou je spokojenost uživatele našeho mikroskopu, i když to někdy vyžaduje větší úsilí z naší strany bez finanční kompenzace. Zatím jsme se nedostali do situace, kdybychom nenašli nějakou cestu, jak případ vyřešit. ►





► Co vás přivedlo do manažerské pozice Tescanu?

Do Tescanu jsem přišla v době, kdy moje děti byly hodně malé a zpočátku jsem pracovala pouze několik málo dní v týdnu, a to jen pár hodin. To bylo v době, kdy Tescan měl asi 20 zaměstnanců včetně majitelů firmy. Neexistovalo obchodní oddělení a obchodní záležitosti si vyřizoval technický a obchodní ředitel v jedné osobě sám. Postupem času však administrativu spojené s prodejem přibývalo, a tak podnik potřeboval někoho, kdo by tuto práci zvládl jak administrativně, tak i z hlediska komerční praxe.

S růstem firmy se objevila potřeba budovat prodejní oddělení, které dnes zahrnuje 12 lidí, z toho 5 se věnuje aplikacím a aplikační podpoře zákazníků a marketingu, 7 je zaměřeno na komerční práci – cca 95 % produkce firmy se prodává do zahraničí a všechno to jsou velmi drahé a technicky složité přístroje.

Onehdy jste mi říkala, že občas dohlížíte na slohová cvičení vlastních dětí – musíte asi velmi úzkostlivě hospodařit se svým časem...

Mám to štěstí, že dělám přesně tu práci,

na kterou jsem vystudovala a která se mi líbí. Každá poctivá práce si žádá plné nasazení, ta moje si někdy vyžaduje i čas, který běžně věnujete svým soukromým záležitostem. Navíc jsem, jako většina žen u nás, „manažerkou domácnosti“ se dvěma dětmi a pracovně vytíženým manželem. Takže pokud si ke všem povinnostem chci dopřát pravidelnou docházku do jazykové školy a kondiční cvičení, mnoho času navíc opravdu nemám.

za povzbuzující odpovědi poděkovala Eva Brixl

Mikrokapslemi proti podvýživě

Nedostatek vitamínu A je vážným problémem ve více než 70 zemích světa. Lidé trpící jeho nedostatkem oslounou vlivem oslabení imunitního systému oslepnout a snadněji onemocnět infekčními chorobami, jakými jsou průjem nebo spalničky. Podle odhadů Světové zdravotnické organizace (WHO) trpí ve světě 140 až 250 milionů dětí mladších pěti let nedostatkem vitamínu A. Pro ženy s nedostatečným přísunem tohoto vitamínu je zase riziko úmrtí během těhotenství či porodu daleko vyšší než u žen, které přijímají jeho dostatečné množství. Proto společnost BASF a německá státní organizace pro technickou spolupráci GTZ GmbH zahájily společný projekt Safo, v jehož rámci se o vitamín A obohacují základní potraviny. BASF tak se svými programy bojuje v rozvojových zemích proti podvýživě. „Aby měl vitamín A dlouhodobý účinek, musí se pravidelně přijímat v malých dávkách. Jednorázový příjem kapslí vitamínu má pouze krátkodobý efekt,“ říká profesor Dr. Michael Krawinkel z Univerzity Justuse Liebiga v Giessenu, který je zároveň vědeckým poradcem iniciativy Safo. „Obohacování základních surovin, jako je olej, cukr a mouka, o vitamín A, které lidé využívají pravidelně v přiměřeném množství, je proto možným střednědobým až dlouhodobým řešením.“ Protože si lidský organizmus nedokáže vitamín A vyrobit sám, musí ho přijímat s potravou, což je problémem pro lidi z rozvojových a chudých zemí. Nemohou si dovořit drahé potraviny, jako jsou ryby bohaté na olej a maso, které jej přirozeně obsahují. Místo toho využí-

vají levné základní potraviny, jakými jsou olej, kukuřice, rýže a mouka, jež jsou dostupné i pro chudé domácnosti. Ty ale mohou být obohaceny o dodatečné výživné látky. Při metodě označované jako Food Fortification se do základních potravin přidávají vitamíny a minerální látky, které se v surovině přirozeně nevyskytují nebo jsou obsaženy ve velmi malém množství. Vitamín A určený na zhodnocení oleje, mouky a cukru se vyrábí v BASF v Ludwigshafenu: Základní látka Citral se ve vícefázovém procesu přemění na komplexní vitamín A, který je tekutý, rozpustný v tucích a může se přímo smíset s konzumním olejem. Aby se mohl přidávat do potravin, jako je mouka a cukr, musí se v závodech společnosti BASF v Bellrupu v Dánsku obalit do speciálních ochranných mikrokapslí ze škrobu nebo želatiny. Důvodem jsou vysoké teploty v cílových zemích, které by cenný vitamín mohly zničit stejně jako světlo a kyslík. Tým BASF „Food Fortification“ působí se svými programy ve více jak 30 zemích světa. Tyto aktivity zahrnují i strategické partnerství pro obohacování oleje a jiných základních potravin (Safo) mezi soukromou společností BASF a veřejným subjektem GTZ, které bylo zahájeno v březnu 2008. Společný program je financovaný Spolkovým ministerstvem pro hospodářskou spolupráci a rozvoj a realizuje ho GTZ. „Cílem Safo je poskytnout lidem s nízkým příjmem v současných šesti vybraných rozvojových zemích cenově dostupné základní potraviny s obsahem vitamínu A,“ potvrdila Evi-Kormelia Gruber, koordinátorka projektu Safo z GTZ. Pro tyto účely poskytuje své služby a zkušenosti



v příslušných zemích – dosud v Bolívii, Brazílii, Tanzanii, Indonésii, Kambodži a Uzbekistánu. „Safo pomáhá lidem přímo na místě obohacovat základní potraviny typické pro danou zemi. Vyšší cenu obohacených potravin tak mohou zaplatit i lidé z chudších domácností. Obohacení jedlého oleje o vitamín A například zvyšuje cenu pouze o 0,1 až 0,2 %,“ uvedla E. K. Gruber. Vitaminem A se označuje Retinol a další příbuzné sloučeniny se stejným biologickým účinkem. Člověk potřebuje pouze malé množství vitamínu A, například v kilogramu obohacené mouky najdeme 3 až 5 miligramů vitamínu A. Ve vyspělých zemích má téměř každý přístup k potravinám bohatým na vitamín A; aby se zde vyhnuli předávkování, je dodatečné obohacování potravin striktně zakázané. V chudých a rozvojových zemích je však koordinováno příslušnými zdravotnickými orgány. Do úvahy přicházejí pouze potraviny, které se buď na základě svojí kalorické hodnoty, nebo objemu nehodí na nadměrnou konzumaci. Na to, aby se člověk předávkoval, by musel za několik týdnů zkonzumovat 750 mililitrů potravinářského oleje nebo sníst 2 kilogramy mouky za den.

(tz)

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

Ing. Božena Voborníková, předsedkyně představenstva, Detecha, chemické výrobní družstvo, Nové Město nad Metují

Ať je času málo, nebo mnoho, abychom ho využili efektivně, je podle mého názoru dobré držet se 3 hlavních zásad: **1. plánovat, 2. být připraven, 3. mít systém.**

1. Plánování nás vede ke stanovení priorit, delegování některých úkolů a zbavuje nás pochybností o tom, „jak to všechno stihneme“. Při plánování se mi osvědčilo naplánovat si občas i prostor, kdy neplánuji. Při práci to umožní řešit operativně věci, které přijdou nečekaně. Při odpočinku je to čas, kdy nejsou, alespoň na chvíli, vůbec žádné povinnosti.

2. Být připraven na práci znamená, že práce je dříve hotova a zbytečně se neprotahuje. A jsme-li připraveni na



odpočinek, máme šanci si odpočinout podle svých představ, a tudíž opravdově.

3. Mít ve věcech systém: mít věci na svém místě znamená, že nemarníme čas jejich hledáním. Mít systém v práci znamená, že i kolegové vědí, „co přijde“, jsou připraveni a jednání mají smysluplný spád.

Ať je času málo, nebo mnoho, je určitě dobré si ho alespoň rámcově naplánovat a připravit. Rozdíl je jen v tempu, jakým pak tím časem procházíme (nebo

klušeme!). Nevidím efektivní využití času v tom, když bloumáme a nevíme, co chceme, několikrát bereme věci do ruky, než je začneme řešit. Takže vlastně základem efektivního využití času je reálně vědět, co chci.

Schůzka s Kevinem

Potkalo mě nečekané štěstí. Jednoho dne se v mé elektronické poště objevila zpráva, která obrátí můj dosud všední život vzhůru nohama. Píše mi Mr. Kevin (Hnědá) z londýnské banky a informuje mě o nabídce 16,5 milionu dolarů. No věřili byste tomu? Peníze patřily americkému občanovi Thomsonu Morrisonovi, který přišel o život při zřícení letadla Alaska Airlines 31. ledna 2000 i se svou manželkou a jedinou dcerou. Teď je mohu dostat já, protože nikdo z právoplatných dědiců se o ně nepřihlásil. „Volba Vás kontaktovat se vzbudila z geografické povahy, kde žijete, obzvláště vzhledem k senilita o transakci a důvěrnost zde,“ napsal mi vyřizovatel pozůstalosti z mailové adresy mr kevin brown [mrkevin-brown60@msn.com]. Pan Kevin mě ujišťuje, že se už postará, aby po právní stránce bylo předání peněz naprosto v pořádku. Za tuhle službu si pro sebe vezme 60 % a mně přenechá 40 %, lichvář jeden! Považuji přesto jeho nabídku za skvělý obchod,

dokonce za životní, neopakovatelnou příležitost. Abych se stal dolarovým milionářem, stačí, že mu sdělím jen tyto banální údaje: „1.Full: Jméno 2.Your: Telefonní číslo 3.Your Kontaktní adresa. 4.Age, 5.Core práce / Povolání.“ Až dosud jsem neměl zdání, jakou má moje jméno, bydliště a věk hodnotu, a tak trochu jsem se cítil méněcenný. Ale s podceňováním je odteďka konec. Uchopím příležitost za pačesy, neboť vím, že se nebude víckrát opakovat. A taky by se mohlo stát, že by mne mohl někdo přeskochit. Vždyť o peníze, jak nás učil pan profesor, jde až v první řadě! Ostatně Kevin mi klade na srdce: „Prosíme, uveďte mi následující: pokud máme 7 dní na spuštění pomoci. To je velmi URGENT PROSÍM.“ Když jsem nad dopisem, který mi spadl do klína z čistého nebe, v noci přemýšlel, rozhodl jsem se nebyť jen pasivním příjemcem těch nabízených milionů, ale vyjít štestičku naproti. Dám si s tajemným dobrodincem (i když si nechá, převít, těch 60 %) obchodní schůzku a rád se s ním uvidím a potřesu rukou ještě dřív, než mi kulaťoučká sumička přistane na účtu.



Už proto, že Kevin (Hnědá) je netrpělivý, a když vycítí mou vstřícnost, opustí ho i veškerá nedůvěra, že má co do činění s nějakým nepoctivcem z Východu. Ostatně na závěr dopisu mi jasně naznačil, že otálení je to poslední, co bych měl dělat. „Dejte mi vedet na vašem rozhodnutí, spíše než držet me čeká,“ klade mi na srdce Kevin. Obratem jsem zaslal adresátovi návrh, že se s ním rád sejdu, a to přímo na jeho pracovišti v Londýně. Ještě jsem si letos nedopřál pár dnů volna, rád se nadýchám jiného vzduchu, a navíc jako milionář in spe mohu v Anglii nasát trochu té blahobytné atmosféry a leccos od místních odkoukat. S potěšením jsem se přesvědčil, že moje odpověď byla doručena na správnou mailovou adresu a už se nemohu dočkat, až z Mr. Kevinova počítače odejde potvrzení o přečtení. To už bude jedna ruka v rukávu. A nepochybuji, že následovat bude osobní pozvání a brzká cesta přes kanál za mými miliony. PS: Dosud se mi nikdo neozval. Nevadí, i Mr. Kevin (Hnědá) má právo si v létě vybrat dovolenou.

Pavel Kačer

Naše image je dnes na trhu skutečnou konkurenční výhodou

Samotné se mi tomu nechce věřit – v době, kdy se opět po nějaké odmlce hovoří o veletrzích jako o těch, na něž firmám dnes nezbývají peníze, je zde společnost, která dokonce portfolio akcí rozšiřuje. Určitě ji většina z vás zná – je to pražská společnost AC EXPO. Za řadou myšlenek o tom, co vystavovatelům i návštěvníkům nabídnout, čím je zaujmout, stojí osobnost Ing. Josefa Sléha a jeho týmu:

Vaše jméno vstoupilo do světa businessu dvěma společnostmi, které svojí nabídkou oslovily řadu firem. Připomněl byste pár úspěchů?

Původně to byla hned na počátku 90. let jen jedna společnost – Agentura Carolina, která si rychle vybudovala dobré jméno především v pořádání konferencí a kongresů. Místo mě by zde v tuto chvíli měla odpovídat spíše má kolegyně a spolumajitelka firmy Dana Kandertová, která již tehdy byla široce známou a uznávanou osobností v tomto prestižním segmentu cestovního ruchu a byla to především její zásluha a její know-how, které nás vynesly na přední pozice mezi skutečnými profesionály. Postupně jsme si ale vydobyli dobré jméno i ve výstavnictví, a to nejdříve zprovozněním nevyužívaných prostor v Karolinu, z nichž jsme v poměrně krátké době vybudovali respektovanou výstavní síň. Po rekonstrukčních pracích nám zde však Univerzita Karlova znovu tuto činnost neumožnila a ujala se jí sama. Ale tak už to v životě často chodí... Nás alespoň může těšit, že některé projekty, které jsme do Karoliny kdysi přilákali, tam stále mají své místo. Především jsme však rozvinuli od roku 1994 veletržní činnost v nově zrekonstruovaném nádherném Veletržním



Inf. Josef Sléha

paláci, svěřeném do užívání Národní galerii v Praze, a když nazrál čas, rozhodli jsme se tyto aktivity rozvíjet v nové samostatné společnosti AC EXPO. A té se pro změnu zase více věnuji já. Tato společnost si získala renomé především pořádáním veletrhů, které lze označit za výběrové, a tím se také odlišujeme od naší konkurence. A tuto naši image, která se již vlastně stala naší skutečnou konkurenční výhodou, budeme posilovat i s letos „omlazeným“ týmem pod vedením ředitele společnosti Adama Webera.

Čeká vás náročný podzim, řada veletrhů. Na který byste rád upozornil zejména v Madam Business?

Určitě na všechny. HORECA (20.–22. 10.) je sice určena hlavně odborníkům v hotelnictví a gastro, ale cožpak to není oblast, která je bez žen naprosto nemyslitelná? Navíc i letošní témata, jako jsou zdravá gastronomie, podpora regionálního cestovního ruchu či rozvoj wellness aktivit určitě ženy-manažer-

MediArt by měl ženám, ale nejen jim, ukázat všechny způsoby a cesty, jak být krásnou a jak si také krásu v každém věku udržet.

ky či podnikatelky hodně zaujmou.

U ostatních by snad stačilo vyjmenovat jen názvy – art & interior (12.–15. 11.) je nejprestižnější výstava interiérového designu u nás již 10 let, mmotion (26.–28. 11.) zaujme ženy především stále silnější orientací na luxusní life style, i když bych nepodceňoval ani jejich zájem o novinky u atraktivních automobilů, a souběžně probíhající MediArt, nově zaváděná výstava nejen estetické chirurgie, možná způsobí, že v tomto termínu bude ve Veletržním paláci mezi návštěvníky vidět více žen než mužů.

Nač byste tedy jejich pozornost nasměroval?

MediArt by měl ženám, ale nejen jim, ukázat všechny způsoby a cesty, jak být krásnou a jak si také krásu v každém věku udržet. Měly by tedy u nás dostat odpovědi na všechna svá přání týkající se vzhledu a získat nezbytnou inspiraci. Součástí budou přednášky a prezentace předních lékařů a zástupců kosmetických a farmaceutických firem. Přehlídka luxusních automobilových a lifestyleových značek mmotion09 nabídne letos ve větší míře i zařízení a vybavení domácností (kuchyně, koupelny, wellness). Nepochybně zaujme ▶

► i „Svatební odpoledne“ – dva bloky prezentací svatebních šatů, šperků, cateringu, limuzín či nápadů na svatební dary a cestu. Souběžně proběhne v prostorách Veletržního paláce i další ročník zavedeného Prague Fashion Week.

Vraťme se ještě k veletrhu HORECA – gastro, cestovní ruch, hotelnictví, skutečně i v tomto oboru je v managementu společností poměrně hodně žen. Jaké procento v porovnání s mužskými odborníky veletrh asi tak navštěvuje? A nač se letos mohou těšit?

Dokonce i projektová manažerka veletrhu, slečna Michaela Výtisková, je mladá, sebevědomá a atraktivní žena, což je zárukou toho, že i koncepce veletrhu bude na návštěvnice dostatečně pamatovat. Genderové studie zatím sice na veletržích neděláme, takže statistiku vám v tomto směru neposkytnu, ale vzhledem k vašemu zájmu to možná do budoucna napravíme. Letošní ročník veletrhu je tematicky zaměřený na otázky, které jsou pro oblast podnikání v segmentu ho.re.ca. aktuální nejen v době ekonomické recese: jak získat nové zákazníky či jakým způsobem zatraktivnit nabídku služeb pro koncové klienty. V současné době, kdy řadě zařízení jde doslova o přežití, však tato témata získávají na takřka osudové důležitosti – bez nadsázky. Dalším z lákadel bude prezentace výrobků z oblasti Slow Food, pro mnohé jistě naprosto objevná, a již tradiční vinařská sekce. Chybět nebude ani bohatý do-



provodný program včetně barmanské soutěže HORECA TRUL CUP 2009, která proběhne pod záštitou České barmanské asociace.

Kdy si vy osobně nejraději procházíte veletrhy, které pořádáte? Těsně před zahájením, po ukončení, během stavby stánků? Co vás při tom napadá?

V době těsně před veletrhem už raději na plochu nechodím, protože mě při tom napadá vždy jen jedna šílená myšlenka – to se přece nemůže do rána všechno stihnout! Ale protože už vím, jak taková příprava předchozí noc vypadá, jsem vždy při otevření každého veletrhu nesmírně

vděčný nejen našemu týmu, ale i všem spolupracujícím partnerům, za to, že ten „zážrak“ opět dokázali. A to je ten nejhezčí pocit, stejně jako když v průběhu veletrhu vidíte živý ruch mezi stánky či při doprovodných programech. Ukončení veletrhu je naopak vždy trochu smutné, protože je mi líto, že ta obrovská dřina a příprava nejen naše, ale i vystavovatelů, se zhmotnila ve výsledku na pouhé 3–4 dny a je po všem. Ale protože celé to dobrodružství a adrenalin, zda se to příště povede zas, vypuká hned nanovo, není našťastí na smutnění příliš moc času...

ptala se Eva Brixio
foto: archiv AC EXPO

Semináře k datovým schránkám

Koncem srpna byl v Praze zahájen celorepublikový cyklus více než šedesáti odborných seminářů k datovým schránkám určeným zejména pro podnikatele, které jim mají představit systém fungování datových schránek. Účastníci se na seminářích dozvědí veškeré informace týkající se zřízení, zpřístupnění a aktivace datových schránek. Zjistí, jak datovou schránku používat v praxi, a výhody, které jim tato aplikace přináší. Organizátorem celorepublikového cyklu seminářů k datovým schránkám je Hospodářská komora České republiky ve spolupráci s Ministerstvem vnitra ČR a Českou poštou, a. s. Cílem seminářů je ukázat firmám, jak mohou rychle, levně a spolehlivě využít služby veřejné správy, seznámit je s právní problematikou, s možnostmi datové schránky a ukázat, jak se schránka používá v praxi. Semináře budou probíhat až do konce listopadu 2009 ve vybraných krajských městech po celé České republice. Určeny jsou především

podnikatelům, zástupcům veřejné správy, ale i ostatním občanům, kteří mají zájem si datovou schránku zřídit. Termíny a místa konání dalších seminářů, včetně doplňujících informací jsou k dispozici na webových stránkách <http://datovky.komora.cz>. Podnikatelé i ostatní občané mají již od

1. července tohoto roku možnost vyřizovat korespondenci z úřady veřejné správy elektronickou cestou. S platností od 1. listopadu letošního roku však bude komunikace prostřednictvím datových schránek pro právnické osoby a orgány veřejné moci povinná.

(tz)



O firemních novoročenkách a vánočních přáních přemýšlejte s předstihem.

Individuálně navržené jen pro vás. Žádné přitisky na běžná přání!

Objednávejte na www.vasepf.cz nebo tel. 606 615 609

Aquaplaning – méně známé riziko

Společnost Goodyear Dunlop Tires realizovala během července průzkum Goodyear Good Driver 2009, jehož tématem byly zkušenosti českých řidičů s aquaplaningem. Z průzkumu vyplynulo, že řidiči tento jev podceňují a že o aspektech, které jej ovlivňují, mají nedostatečné znalosti.

Letní měsíce představují z pohledu řidičů méně náročné období. Většinou se pohybují po suchých silnicích, za dobré viditelnosti, a tak to může i leckoho svádět k dojmům, že jízda v letním období představuje poklidnou činnost na hony vzdálenou maximálnímu soustředění při jízdě po sněhem či ledem pokryté vozovce. Přesto i letní počasí připraví řidičům nečekanými hustými srážkami čas od času nebezpečný povrch vozovky s rizikem vzniku aquaplaningu. Tento jev je charakterizován jako ztráta kontaktu mezi vozovkou a pneumatikou způsobená vodním sloupcem, který se vklíní mezi vozovku a pneumatiku. Výsledkem je absence přilnavosti a s tím související neovladatelnost automobilu. „Jsme svědky toho, že řada řidičů velmi zodpovědně přistupuje k výběru zimních pneumatik s ohledem na jejich vlastnosti za mokra, na sněhu či ledu. Často se však stává, že ti samí řidiči naopak vůbec neřeší vlastnosti letních pneumatik na mokru, především ve vztahu k jejich odolnosti vůči aquaplaningu, a to zejména kvůli tomu, že si nepřipouštějí, že v letním období jim povrch vozovky může připravit rizikovou situaci,“ potvrdil podceňování jízdních podmínek v letním období Tomáš Vobr, Consumer Product Business Unit Manager ze společnosti Goodyear Dunlop Tires Czech. „A proto nás zajímalo, co řidiči o aquaplaningu vědí a jaké jsou jejich zkušenosti s tímto jevem,“ doplnil. Hlavní otázkou průzkumu bylo, zda čeští řidiči vůbec termín aquaplaning znají. Definovat aquaplaning dokázalo 60 % respondentů, a to nejčastěji muži s vyšším vzděláním ve starším věku, tedy i s více zkušenostmi. Celých 13 % dotázaných vůbec nevědělo, co pojem aquaplaning znamená, nejčastěji to byly ženy, lidé s nižším vzděláním a lidé mladší 45 let. Zbýlých 27 % řidičů definovalo aquaplaning alespoň částečně, respektive jmenovali některý z jevů, který aquaplaning doprovází. O tom, že aquaplaning není jev, ke kterému dochází velmi často, svědčí i to, že podle průzkumu se s ním alespoň jednou setkalo 69 % řidičů, z toho 22 % již vícekrát a 47 % pouze výjimečně. Zkušenosti s aquaplaningem uvádělo více mužů (76 %) než žen (57 %). Podle názoru řidičů aquaplaning nejvíce ovlivňuje rychlost vozidla (98 %) a množství vody na vozovce (97 %). Naopak hloubka dezénu pneumatiky podle řidičů na aquaplaning vliv nemá (98 %), 77 % respondentů dokonce tvrdilo, že hloubka dezénu pneumatiky „rozhodně nemá vliv na aquaplaning“. „V této otázce jsme odhalili největší slabinu ve znalostech českých řidičů. Samozřejmě, že aquaplaning zásadním způsobem ovlivňuje rychlost vozidla a množství vody na vozovce, ale stejně tak důležitou roli hrají i pneumatiky – tvar a hloubka jejich dezénu. Dále vznik aquaplaningu závisí na kvalitě vozovky a technickém stavu vozidla (tlumiče a brzdy),“ vysvětlil Tomáš Vobr. Současná dopravní legislativa umožňuje používat pneumatiky s hloubkou dezénu pouhých 1,6 mm, v praxi a v souvislosti s aquaplaningem je taková pneumatika ale prakticky nebezpečná a neschopná zvládnout průjezd i minimální souvislou vodní vrstvou. Za optimální se považuje hloubka dezénu 8–4 mm, paradoxně tedy stejná jako v případě plné účinnosti zimní pneumatiky. „Je-li pneumatika vybavena dostateč-



nou hloubkou dezénu, dokáže i při rychlosti kolem 90 km/h odvádět dostatečné množství vody a zajišťovat neustálý kontakt s vozovkou,“ doplnil Tomáš Vobr. Zajímavostí je, že první pneumatiku, která pomáhá předcházet aquaplaningu, představila značka Dunlop v roce 1964, kdy si její inženýr Tom French nechal patentovat průlomový postup v dezénu pneumatik. Radiální pneumatika Dunlop SP 41 tak jako první poskytla řidičům ochranu před aquaplaningem díky systému mikrodrážek, které nasávaly vodu z povrchu vozovky jako houba a později ji vypouštěly. S aquaplaningem se řidiči mohou nejčastěji setkat při jízdě po dálnicích a rychlostních komunikacích. Riziko aquaplaningu se zvyšuje ve spojitosti s nekvalitním povrchem komunikace, kdy se mohou vytvářet kaluže ve vyjetých kolejkách. Aquaplaning hrozí zejména v úsecích, kde se pohybujeme rychlostí vyšší než 70 km/hod. Průzkum se zabýval i otázkou, zda řidiči zvažují odolnost vůči aquaplaningu při nákupu nových letních pneumatik. Ukázalo se, že odolnost vůči aquaplaningu je jedním z klíčových faktorů při výběru pneumatiky pouze pro 8 % řidičů. Jak se dalo očekávat, řidiči při výběru preferují především jiné parametry – 98 % celkovou kvalitu, 93 % životnost, 89 % cenu. Kromě správného technického stavu automobilu a pneumatik může řidič snížit riziko také vlastní pozorností a dodržováním několika základních pravidel. Především je vhodné sledovat vozovku a jejímu stavu přizpůsobit styl a rychlost jízdy. Blíží-li se úsek viditelně tvořený velkými kalužemi či souvislou vrstvou vody, je potřeba postupně zpomalovat, ale jen do chvíle, než do tohoto místa řidič vjede. Při samotném průjezdu takovým místem se však v žádném případě již výrazně do ovládání automobilu zasahovat nesmí. Řidič by měl automobil vést přímým směrem, zpevnit držení volantu a nebrzdí! Pokud má řidič dojem, že došlo ke ztrátě kontaktu pneumatik s vozovkou, pak vyšlápně spojkový pedál a vede automobil v přímém směru. Během jedné až dvou sekund by mělo dojít k opětovnému kontaktu mezi vozovkou a automobilem.

(tz)

