

P R O S P E R I T A

Madam Business®

V krajině růžové

Eva Brixl

Jak vypadá krajina tvých snů
Růžový strom
Zelený pták
A úsměv za plotem
Altán staletí na svém místě
Vzpomínka odletí
Dopis vyhodíš do smetí
Vezmi mou dlaň do vlastnictví
A tam si ji chraň
Nabídnout mám
Co mohu
Já už nebudu
Stát v němém rohu
Jsem v krajině tvých snů
Uprostřed plevele
A to mě tak nebere
Jsem v rovině vrcholků
V klíně schovala jsem ti píšťalku
Mé nové jméno
Je tady zjevené
Za pohled ve 3D
Za obětí jediné
Za tisíc líbání
A skryté dojetí
Rozdám teď všechno
Co mám



Jaroslava
Rezlerová

Všechno je o úhlu pohledu
str. 1, 8–9

rozhovor měsíce s Mgr. Jaroslavou Rezlerovou,
generální ředitelkou společnosti Manpower ČR a SR

E-faktura usnadní klientům Kooperativy platbu pojistného

Ke službě e-faktura, kterou zajišťuje Česká spořitelna, se od počátku dubna připojila i Kooperativa pojišťovna, a.s., Vienna Insurance Group. Klienti pojišťovny Kooperativa tak budou moci od dubna přijímat a hradit faktury elektronicky přímo v Internetovém bankovníctví České spořitelny. Platba pojistného se tím podstatně zjednoduší a zrychlí.

Díky službě e-faktura klient dostává faktury a složenky přímo do svého internetového bankovníctví, kde má možnost je velmi jednoduše zaplatit prostřednictvím automaticky předvyplněného příkazu k úhradě.

Klienti Kooperativy si e-fakturu zaktivují v přímo v internetovém bankovníctví SERVIS 24. Jediný údaj, který je pro aktivaci nutný, je rodné číslo klienta. Česká

spořitelna předá informaci o aktivaci služby Kooperativě, která klientovi začne zasílat faktury pouze elektronicky do internetového bankovníctví SERVIS 24. Papírové faktury klient již dostávat nebude. V Internetovém bankovníctví si klient došlou e-fakturu může uložit, vytisknout, a pokud nemá aktivováno inkaso nebo jiný způsob platby, jednoduše potvrdí automaticky předvyplněný platební příkaz a pojistné velmi jednoduše zaplatí.

Cena za úhradu e-faktury je stejná jako za realizaci jakéhokoliv jednorázového platebního příkazu ve službě SERVIS 24 Internetbanking. Na každou nově přichozí fakturu klienta banka upozorní pomocí SMS nebo e-mailem, záleží na volbě klienta. Klient tak nemusí přijaté faktury kontrolovat. (tz)



Od postele do postele, jak vám kdo ustele, tak si lehnete

Lůžko nás provází od počátku do konce. Na posteli se převalujeme, milujeme, povalujeme a také spíme, jak jinak. Většinou ji máme rádi, protože je to ta naše, náš společník při bolesti, i relaxaci. Ale ne každá postel je dobrá, kvalitní, hodná našeho těla. Někdy z ní stáváme v daleko horším stavu, než když jsme si do ní šli lehnout.

I v té zdánlivě nejlepší můžeme skončit jako princezna na hrášku. Postel, aby se stala skutečně tou, jakou má být, měla by mít všechna nej a měl by ji mít k dispozici každý. Zatím to zřejmě není zvláště z finančních důvodů možné, ale alespoň v oblasti nemocničních lůžek jsme na světové špičce. České hlavy se spojily s českými rukama a lůžko snů se dostává ke spotřebitelům, k pacientům, k seniorům a kdo nevyhazuje peníze za hloupost, může mít takovou postel i doma. (Pokud má pokoj zařízený jako JIP nebo ARO. Představa milování na sice pohodlném a téměř plnicím lůžku ovšem vyvolává spíše asexuální asociace, ale budiž, i k rozkoši mohou vést prakticky morbidní pohnutky.) Firma Linet z Želevčic u Slaného, pod vedením Ing. Zbyňka Frolíka je ta, která dobývá nejen evropský, ale také zámořský trh. Vlastně je v tomto oboru světovou celebritou. I tak se o ní mluvilo na konferenci Proměny Evropy, která se uskutečnila v březnu v Praze a byla zaměřena na hledání nových podnikatelských strategií, význam inovace ve vzdělávání a jiných užitečnostech. Začali tu téměř na zelené louce, ostatně, to se už dávno o Linetu ví, ve starém kravině, nyní už firma zaměstnává přes 600 lidí. Zru-

nost a neustále vynakládané prostředky do vývoje je zařadily na špičku výrobců zdravotnické techniky. Z původních trubkových nemocničních postelí, jak je stále ještě známe z mnoha našich zdravotnických zařízení, dokázal Linet během několika let vytvořit lůžko, vyhovující v plné míře nejen pacientovi, ale také nemocničnímu personálu. Ví, jak je obtížné se „vykroutit“ z postele záhy po operaci, jak bolí každý pohyb, každé natočení. Chytrost z Linetu to všechno usnadňuje. Patent zdvihů a polohování, pomocných opěrek, matrací znemožňujících proleženiny, přístroje jako součást postele, které hlídají nejen tělesné činnosti, ale také sestry, zda se vám dostatečně věnují. Také design, spousty jiných nápadů a snaha o to, aby se postel stala na čas člověku komfortním domovem, když už to nejde jinak. Vůbec mě nenapadlo, že pád z postele je nejčastější nemocniční úraz, stržená záda sester jednou z nejběžnějších diagnóz. Přemístíte pět let málohybná nebo téměř nehybná těla a za chvíli jste pacientem také. Linet dokázal, že řešení se dá najít. Lůžka se naklápějí ve všech směrech, ležící se může rentgenovat přímo na posteli, aniž je s ním nutná další manipulace. Bral jsem exkurzi v podniku jako zapadlou



vzpomínku školních, jež jsem absolvoval před desítkami let. Najednou jsem viděl, jak obrovský skok udělala technika, jak z trubek, pístů, postranic a miniaturních procesorů vzniká naprosto dokonalý výrobek, který v případě potřeby slouží všem. Civilizace nám dává zabrat, přes různé sportovní aktivity se nám tělo devastuje. Možná že se jednou budou vyrábět nejen nemocniční, nýbrž i domácí, s příjemným nábytkovým designem, lůžka opravdu anatomická. Odpočinková, manažerská, lůžka uzpůsobená potřebám studentů ve smyslu postelí vhodných pro hodiny strávené nad učebnicemi (kdo z nás se v posteli neučil?) i milovací. Třeba za čas budeme vstávat z takové postele plni nových myšlenek, čerství ke zkouškám, hýčící firemními plány a nápady. Harmonie těla a ducha přece dokáže nemožné... Jen prosím, aby tam nebyla žádná čidla měřící vzrušivost a návštěvnost. Lůžka nemusí psát naši historii. Stačí, když napomohou k naší téměř nesmrtnosti...

text a foto Vratislav Konečný



s Jiřím Kotykem

Nebojte se s brýlemi experimentovat

Sotva si zvolíte stejné oblečení pro volný čas, ke sportování, do práce a do společnosti. Podobně byste měli k různým příležitostem volit i vhodné brýle. Jsou tím nejviditelnějším doplňkem, jenž dokresluje vaši tvář. Ale jak si správně vybrat? „Spolehejte na vlastní cit a vkus, nebojte se experimentovat,“ poradil v našem rozhovoru Jiří Kotyk, majitel společnosti Highlight optic.

Máte raději ženy jako zákaznice, i když bývají náročnější a zpravidla mají jasnější představu o zboží, nebo muže?

Myslím, že v tomto směru naše zákazníci neškatulkuji. Jsou muži i ženy, kteří znají svůj styl a brýle jim podtrhnou osobnost, a zároveň máme i takové zákaznický, kteří se teprve hledají. Často přicházejí klienti, kteří s brýlemi začínají a je pro ně obtížné si správně vybrat a zorientovat se v nabídce. A v tomto okamžiku hraje velkou roli kvalita obchodníka, který by měl být schopen pomoci a poradit s výběrem. A abych se vrátil k mužům a ženám. Některé naše značky jsou vhodné pro ženy – Fred, Parasite a Kenzo, stylovým doplňkem mužské módy vždy budou brýle TAG Heuer a hlavně Range Rover.

Kam se letos ubírá móda, jaké trendy hrají prim?

Trend se opět vrací ke kulatým brýlím, případně s rovnou částí obruby tak, jak se to nosilo v 50. a 60. letech dvacátého století. Ovšem klíčové je nebát se experimentovat. Tvůrci samotných značek módnost a sezonnost zajistí sami, na zákazníkovi zůstává spíše to, aby si vybral správný model, který k němu sedne a který doplní jeho osobnost. V nabídce lze najít jak extravagantní modely, například řadu L-Type značky Tag Heuer, kdy je vnější část stranice brýlí vytvořena z variací pravé hovězí, krokodýlí nebo kraití kůže, tak i například modely čistě ženské podtrhující přirozenou krásu ženského obličej, jako je tomu u brýlí značky Kenzo, jejichž stranice jsou zdobeny charakteristickými ornamenty, zalisovanými perličkami, kamínky, plastickými květinami a dalšími drobnostmi, které se nikdy neomrzí.



Kolik brýlí byste doporučili manažerkám, podnikatelkám, ženám s aktivním způsobem života?

Pokud se již brýle nestanou vášní, kdy počet přestává být důležitý, doporučoval bych aktivním manažerkám alespoň čtyři brýle. Musí samozřejmě plnit zdravotní funkci, ale měly by sedět také k outfitu barvou, stylem, důležitý je samozřejmě i tvar obličej, ale v tomto směru dobrý optik s výběrem poradí. Pokud se jedná o ženu zastávající vedoucí pozici, vhodnější jsou modely působící decentně a seriózně, ale přitom maximálně žensky. V této roli dominují modely značek Fred nebo Kenzo.

Podle jakých kritérií a kde vybírat brýle?

Při výběru doporučuji spoléhat na vlastní

vkus a cit. Většina zákazníků sama nejlépe pozná, které brýle jim sluší. Věřím, že kvalitní a krásné brýle mohou změnit styl, image i sebevědomí nositelů, což umí zpříjemnit život. Pokud brýle nosíte každý den, neobejdete se bez nich; ty špatné vám mohou každý den zkazit. Určitě je důležité obrátit se na renomované a schopné optiky, kteří se vám budou věnovat a spolupracovat s vámi při rozhodování. Naši prodejci jsou na <http://www.highlight.cz/prodejci/>



Kdy jsou brýle trpěnou optickou pomůckou, kdy se stávají zajímavým módním doplňkem a v jakém případě mohou dokreslit charakter a prestiž nositele?

Trpěnou optickou pomůckou nemusí být nikdy. V dnešní době jsou brýle velmi žádaným doplňkem i u zákazníků, kteří je ze zdravotního důvodu ani nepotřebují. Jste-li výrazná osobnost, žijete-li aktivní život, zajímá vás design, styl, móda. V tomto případě si vyberete takové brýle, které budou v souladu s vaší osobností, a takové jsou modely všech našich značek.

připravil Pavel Kačer



Bavit se budoucností

Na drobnostech prý stojí svět. Kdo na tuhle moudrost přišel jako první, těžko říci, neboť k takovému závěru časem dospěje asi každý. Chce to však zkušenosti a pár facek, které tak jako tak od života všichni v nestřeženém okamžiku dostaneme. A tak věřím, že i vaše letošní jaro neztraskotá na tom, že se zima nechce vzdát, že se stále ještě halíte do šál a že narcisy na záhonech kvetou podezřele dlouho.

Lékaři a psychologové tvrdí, že letošní temné počasí přineslo hodně depresí, že sluníčka, které je zdrojem energie, bylo žalostně málo a nemělo ani na to, aby v pravou chvíli ty smutnější z nás potěšilo. Asi to tak bude, ostatně hodně jsme spoléhali na to, jak se ožíví podnikání, zvýší zaměstnanost a budeme s chutí utrácet. Neděje se tak. A to v nás vzbuzuje další nejisté otázky.

Jsem však věčný bojovník za to, abychom se všichni dokázali nadchnout za cokoli dobrého a lepšího. Víc se bavit budoucností, než přemýšlet nad tím, co již nepředěláme, co je za námi zcela nenávratné a nač se sluší uchovávat jen ty nejkrásnější vzpomínky.

Člověk musí věřit v to další, nové, prospěšné. A když na vás někdy padne smutek, a vy ani nevíte z čeho, dejte se rychle do jakékoli činnosti. Stojí za to si umět poručit.

vaše Eva Brixí



Tip Grady

Kniha 27 manipulativních technik pojednává o tom, jak účinně manipulovat a jak se ještě účinněji a elegantně bránit, jak rozpoznat pokusy o manipulaci atd. Dozvíte se, jak neztratit řeč v emocionálně vypjatých situacích, jak obhájit své zájmy a jak obstát proti klasickým argumentačním taktikám a účelovým argumentům.

partneři www.madambusiness.cz

www.mojetelevize.cz

www.mojetelevize.cz

resort
SVATÁ KATEŘINA
www.katerinaresort.cz

genius | MEDIA



www.svamberk.com

bedenika
www.bedenika.cz



www.zts.cz

REGINA
KOSMETIKA
www.reginakosmetika.cz



www.templarske-sklepy.cz



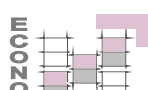
www.slune.cz



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 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 4, duben 2010

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



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

► **Martina Bedrnová, tisková mluvčí, Citroën Česká republika, s.r.o.**

U mne funguje spěch a určitý tlak spíše pozitivně, takže toho nakonec stihnu mnohem víc a jsem pak sama překvapená, co lze zvládnout. Toto ovšem funguje jen krátkodobě, když už je toho spěchu opravdu moc, tak prostě zvolním tempo, nejvíc pomáhá se naprosto zastavit a v klidu si udělat malou inventuru, co je opravdu nutné udělat hned teď, co je opravdu nutné udělat sama, a vše, co neodpovídá těmto kategoriím, je většinou možné zcela vypustit či odsunout na klidnější dobu nebo poprosit o pomoc někoho dalšího, ať už kolegu v práci, nebo doma některého z ostatních členů domácnosti. Neříkám, že mi to vždy jde, ale je to opravdu řešení. Kupodivu jednoduché. No, a když už se mi podaří se takto alespoň na chvíli vymanit z šíleného kolotoče, tak na mne spolehlivě blahodárně působí jakákoliv sportovní aktivita nebo pobyt na chalupě, kde téměř není telefonní signál. Nicméně mám takovou práci, že někdy skutečně není možné se zcela odpojit od dění ve světě, a tak se často i tam dobrovolně pídím na půdě a na střeše po alespoň nějaké čářece na displeji mého mobilu...

Ale nejlepší, co znám, je na 100 % se věnovat dětem, nemyslet na nic jiného, neodpovídat automaticky nevědouc v podstatě na co, nepouštět jedním uchem dovnitř a druhým ven, co mi vyprávějí, stačí chvíle a baterky jsou dobité. I když už opravdu, ale opravdu vůbec nestihám, tak tohle se úporně stihnout snažím, co nejčastěji to jde. Nejhorší je, když člověk nepozná, že už opravdu nemá žádnou další kapacitu a svůj „baterkový“ potenciál vyčerpá zcela. To je pak daleko těžší zase vše „nahodit“, než když jen dobijíte ztracenou energii. Já jsem z automobilové branže a je to jako s autem, když vyjedete pohonně hmoty v nádrži totálně, tak je velký problém, u naftového motoru dokonce nelze jen dolít naftu a pokračovat v jízdě. Musíte volat odtahovku, dopravit vůz do servisu a tam se musí provést poměrně složitá procedura, než můžete zase vyrazit na silnici. Takže z toho vyplývá, že základem je poslechnout pud sebezáchovy zastavit přílišný shon včas!



Co oceňujete na podnikatelkách a manažerkách?

► **Gernot Mittendorfer, předseda představenstva České spořitelny, a.s.**

Oceňuji a obdivuji na manažerkách a podnikatelkách, jak dokáží sladit profesní a osobní životní role. Některé to zvládají tak, jako kdyby den měl 48 hodin. Nevím, jak to dělají, ale dělají to skvěle. Ženy také mají často odlišné, přísnější, vnímání rizika a jsou opatrnější. To se dobře doplňuje v týmech, kde jsou ženy i muži, když musíme na jedné straně hledat odpovědi a řešení, jak dosáhnout obchodních cílů, a na straně druhé zároveň účelně řídit i rizika. A v neposlední řadě oceňuji smysl pro humor a to, když lidé v řídicích pozicích sami sebe neberou příliš vážně – to platí jak pro muže, tak pro ženy.

Informace do kabelky

Nejlepší turistický web

Internetové stránky města Český Krumlov uspěly v soutěži Zlatý erb 2010 o nejlepší webové stránky a elektronické služby měst a obcí. Město Český Krumlov bylo oceněno zvláštní cenou ministra pro místní rozvoj ČR za nejlepší turistickou prezentaci na webu. Návštěvníci tu najdou základní údaje, historii města a regionu, informace o dopravě, ubytování, stravování a kultuře.

(tz)

s Lenkou Šejnovou

COOP Sympatika ráda prodává

Pracovníci z Jednoty se umí nejen otáčet za pultem, ale také se ve chvílích volna dobře pobavit. Svědčil o tom i společenský ples COOP Centrum družstva, jenž proběhl 18. února v reprezentativních prostorách TOP Hotelu v Praze. Vrcholem večera bylo vyhodnocení soutěže COOP Sympatika, kterou v obou kategoriích vyhrála prodavačka Lenka Šejnová z Vimperka. Lenka není žádná plachá Popelka a ráda nám na sebe prozradila, co se za jejím úspěchem skrývá.

Můžete říci, co vás přivedlo do vimperské Jednoty? Přála jste si, jako malá holčička, být ženou za pultem?
Jako malá jsem si přála být prodavačkou. Protože tou je i moje maminka, v obchodě jsem bývala docela často. Tím, že bydlím ve Vimperku, začala jsem tady i prodávat. No a proč zrovna do vimperské Jednoty? Protože jsem se tam i vyučila a všechny lidi jsem znala, takže jsem za to byla ráda. Prodávám už čtyři roky a moc mě to baví.

Neustále jste ve styku s lidmi. Řídíte se spíš starým „Náš zákazník – náš pán“, nebo máte vlastní recept, jak pěstovat pracovní a společenské vztahy?
Neřídím se heslem „Náš zákazník – náš pán“, spíš mám vlastní recept. Snažím se každému zákazníkovi vyhovět a všechno vyřešit s úsměvem.

Z plesu v pražském TOP Hotelu jste odešla s korunkou COOP Sympatika na hlavě, získala jste nejvíc hlasů čtenářů, zákazníků i odborné poroty. Co jste pro vítězství v soutěži Miss udělala?
Pro vítězství v soutěži jsem nedělala nic zvlášť-

ního. Snažila jsem se být pořád stejná a k zákazníkům jsem se chovala jako vždy mile a s úsměvem.

Být sympatická ostatním je člověku dáno do vínku spolu s příjemnou povahou, hezkým zevnějškem, nebo se o to musí jako o všechno zasloužit?

Já si osobně myslím, že se musí o to člověk zasloužit, aby byl někomu příjemný a sympatický. To prostě záleží na tom, jak se chováte k ostatním. Musíte být pozorný a chtít pozoruhodět přání druhých.

Máte čas na koníčky?

Mám ráda přírodu, vždyť jsem ze Šumavy. Ráda chodím na zábavy, s chutí si s muzikanty i zazpívám. Mezi moje záliby také patří cestování, posezení s přáteli, jízda na kole a na kolečkových bruslích. To si užívám.

Máte nějaký ženský vzor? Cím se v životě řídíte, kdo měl na vás největší vliv?

Žádný ženský vzor nemám. V životě se řídím srdcem a tím, abych měla vždy čisté svědomí a nemusela se za sebe stydět.



Lenka Šejnová

Vše máte ještě před sebou. Čeho byste chtěla dosáhnout?

To je pravda, že mám vše před sebou, ale já bych si nejvíce přála mít jednu zdravou a šťastnou rodinu.

ptal se Pavel Kačer



Dobrý odpočinek na Bon Repos

Zámeček Bon Repos u Lysé nad Labem byl v posledních desetiletích jakoby zapomenut. Šedesát let v nádherném loveckém sídle hraběte Šporka hospodařila naše socialistická armáda. Na rozdíl od řady dalších památek, které brala nejen jako ubytovací, ale i výcvikové prostory a demolovala, seč mohla, Bon Repos se podařilo ve značné míře vandalizmu uchránit. Zřejmě měla posádka rozumné velitele, takže interiéry a velká část nádherné freskové výmalby zůstaly zachovány.

Špork si sídlo dal postavit v místech, kde odpočívalo při svých tazích ptactvo. Nechal tu zhotovit různá číhadla a pasti. Ptáčci se většinou chytali na tabuli panských rozmlsaných papul. Zámecký areál, v současné době v soukromých rukou společnosti Bon Repos, se pod dohledem památkářů a za jejich pomoci restauruje a navrácí se do původní krásy. Zámeček obklopuje rozsáhlý park s rybníkem a bazénem.



Velkými travnatými plochami přímo svádí k pořádání různých společenských příjemností. Majitelé jsou si vědomi jedinečnosti místa a snaží se co nejvíc trochu stranou položený objekt oživit právě těmito rozmanitými akcemi. Poslední, Kouzelné jaro, navštívilo několik set návštěvníků, chystá se červnová Květinová slavnost a další. Bon Repos znamená Dobrý odpočinek. Dobrý odpočinek podněcuje lepší myšlení, lepší přístup k práci. Na Bon Repos si můžete objednat i firemní akce nebo různé oslavy včetně svateb. Ostatně – je o ně stále větší zájem. V klidu, bez zbytečných zvědavců. A jak to kdysi bylo? Po hraběti Šporkovi, který se nepohodl s císařským dvorem a musel Bon Repos prodat, jej koupil pražský arcibiskup Příchofský. Ten nechal v areálu postavit Čínský pavilon, který je vyzdoben zcela unikátními malbami, jaké nemá ani proslulý trojský zámek. Na počátku minulého století koupil zámek

rod Kinských, po válce byl zabrán státem. Dnes poskytuje služby, které se vám mohou hodit. Pokud se chcete na Bon Repos vydat, musíte si návštěvu předem domluvit na uvedených kontaktech. Možná vás to bude inspirovat k přípravě firemní oslavy či setkání s významnými obchodními partnery právě v tomto milém prostředí.

Patricia Janečková: +420 603 857 315
patricia.janeckova@zamekbbonrepos.cz
Miloš Petřík: +420 602 310 635
milos.petrik@zamekbbonrepos.cz

text a foto Vratislav Konečný



S o u t ě ŝ

Soutěž o 5 knih z nakladatelství Grada

Kdo vyhrál?

V březnovém vydání jsme pro vás připravili soutěž o 5 knih s nakladatelstvím Grada. Soutěžní otázka zněla, kdo je autorkou publikace Anti-aging. Náповědu jste mohli hledat na www.grada.cz a odpovědi zasílat do 10. dubna 2010.

Z těch, které nám přišly, jsme vylosovali tuto výherkyni:

Ivona Plešingrová, Liblice.

Gratulujeme a přejeme pěkné a užitečné chvíle nad knihami Grady.



Nový ročník Firmy roku:

Rovné příležitosti 2010

Gender Studies, o.p.s., otevřela nový ročník soutěže pro zaměstnavatele Firma roku: Rovné příležitosti. Organizátoři se budou snažit oslovit vedle velkých firem i menší zaměstnavatele, výrobní podniky či prodejní řetězce.

Firmy se do soutěže mohou přihlásit prostřednictvím obsáhlého dotazníku, který je dostupný na webu www.rovneprilezitosti.ecn.cz nebo si jej lze vyžádat na adrese Gender Studies. Uzávěrka pro zaslání vyplněných dotazníků je v tomto ročníku 31. 5. 2010.

O soutěži:

Ocenění uděluje obecně prospěšná společnost Gender Studies od roku 2004. Cílem je motivovat firmy, aby začaly vnímat rovné příležitosti žen a mužů jako důležitý princip rozvoje svého i svých zaměstnanců. A samozřejmě, aby tento princip začaly naplňovat ve svých zaměstnaneckých strategiích.

Gender Studies k tomu nabízí kvalifikované poradenství a zkušenosti. Vítězné firmy se mohou

pochlubit oceněním, které dokazuje, že jsou spravedlivým, společensky odpovědným a zároveň progresivním zaměstnavatelem. Ne nadarmo se ukazuje, že nejrůznější ocenění zaměstnaneckých politik získávají ekonomicky úspěšné firmy. Gender Studies, o.p.s., kromě samotné propagace vítězů a šíření jejich dobrých praxí nabízí i konzultace a zpětné vazby pro zúčastněné firmy. Soutěž v roce 2010 probíhá ve dvou kolech: → Pražské kolo soutěže Firma roku: Rovné příležitosti se realizuje v rámci projektu Zaměstnavatelé pro sladování osobního a pracovního života. → Regionální kolo soutěže Firma roku: Rovné příležitosti se realizuje v rámci projektu Sladování práce a rodiny: možnosti a perspektivy pro zaměstnavatele.

Z pravidel soutěže:

Přihlašovací dotazník je zaměřen na několik oblastí, jako je sladování pracovního a osobního života, postavení žen a mužů ve firmě, odměňování, marketing. Pokud se firma hlásí poněkoli káté, měla by prokázat vývoj od minulé účasti. Firmy, které byly oceněny v předchozím roce, se v následujícím roce nemohou přihlásit.

Dotazníky se hodnotí podle bodového systému ve dvou kolech. V prvním kole posuzuje expertský tým Gender Studies a doporučuje firmy

k postupu do dalšího kola. V druhém kole dotazníky hod-

notí pětiletá odborná porota složená z nezávislých odborníků a odbornic.

Nejlepší firmy v roce 2010 bude vybírat odborná porota ve složení:

Hana Hašková	vědecká pracovnice, oddělení Gender a sociologie, Sociologický ústav Akademie věd ČR
Štěpán Jurajda	ekonom, ředitel CERGE-EI
Bára Kiliesová	mediální a PR expertka, Fleishman-Hillard
Dušan Martinek	HR expert, vedoucí oddělení pro rozvoj lidských zdrojů a projektovou činnost, ČMKOS
Linda Sokačová	socioložka, ředitelka Gender Studies, o.p.s.

Vítězné firmy roku 2009:

1. místo: Česká spořitelna
2. místo: IBM ČR
3. místo: Unicredit Bank ČR

Speciální cena Gender Studies za opatření na podporu sladování: OLHO Technik Czech

Financování:

Pražské kolo Soutěže je financováno Evropským sociálním fondem a Magistrátem hl. m. Prahy. Praha & EU: Investujeme do vaší budoucnosti.

Regionální kolo Soutěže je financováno Evropským sociálním fondem – Operačním programem Lidské zdroje a zaměstnanost.

(tz)



Rio Mare Rosso – steak z tuňáka v rajčatové omáčce

Rio Mare, značka proslulá svou vysokou kvalitou na trhu rybích delikates, přináší v těchto dnech na český trh novinku – steaky z tuňáka v rajčatové omáčce Rio Mare Rosso. Kombinace tuňákového masa s jemně pikantní rajčatovou omáčkou nabízí českým spotřebitelům oblíbenou variaci tradiční konzervované rybí pochoutky v kvalitě Rio Mare. „Rio Mare Rosso je reakcí naší značky na skutečnost, že konzervované ryby s rajčaty jsou u českých spotřebitelů velmi oblíbené,“ uvedla Michaela Rudyková, brand manažerka značky Rio Mare. Receptura? Rio Mare Rosso je celistvý kousek kvalitního tuňákového masa zalitý rajčatovou omáčkou, dochucený kapkou slunečnicového oleje, paprikou a špetkou mořské soli s jemným akcentem pikantní feferonky.

Tuňák Rio Mare Rosso nemusí řešit jen situace rychlé přesnídávky doplněné o pečivo – jeho složení totiž přímo vybízí k vyzkoušení nových variací při přípravě pokrmů teplé i studené kuchyně. V zimních měsících jej použijte pro přípravu omáček na těstoviny, směsí na pizzu či jako náplň zapékaných brambor. V létě jej servírujte s grilovanou zeleninou nebo jej spolu s fazolemi zabalte do mexických tortil.



(tz)

s Jaroslavou Rezlerovou

Všechno je o úhlu pohledu

Již dlouho se snažím s ženou, která se jmenuje Mgr. Jaroslava Rezlerová a je generální ředitelkou společnosti Manpower ČR a SR u nás, setkat. O jejím pracovním čase se říká, že vlastně neexistuje, z čehož plyne, že mít to štěstí a uzmout z něj byť i pár minut je nad možnost průměrného člověka. My, novináři, jsme sice urputní, ale na tuto ženu nabitou energií i ta moje byla příliš slabá. Jaroslava Rezlerová je nepolapitelná, a tak jen závidím kolegovi, který má tu čest s ní na tiskových konferencích prohodit alespoň pár uznalých slov.

Následující řádky vznikaly dramaticky. Hlavním médiem byl sice email a mobil, ale ve dnech, kdy se nad naším kontinentem valil mrak sopečného prachu z Islandu a nefungovala letecká doprava; Jaroslava Rezlerová se potřebovala z Londýna dostat do Prahy... V mezích, dá-li se to tak vůbec nazvat, abychom stihli květnové vydání, přemýšlela, co s mými otázkami...

O společnosti Manpower je v poslední době hodně slyšet. Jak jste toho dosáhli?

Má to, doufám, víc důvodů. V našem oboru (recruitment a agenturní zaměstnávání) disponujeme největší sítí poboček v České republice (25) a postupně se nám daří rozšiřovat portfolio našich zákazníků. Hlavně se ale angažujeme na trhu práce samotném, podporujeme jeho vyspělost, tak aby byl co nejdříve srovnatelný se západní Evropou. Snažíme se zveřejňovat data a informace k trhu a jeho vývoji, které máme k dispozici. Společnost Manpower, za jejíž rozvoj jsem zodpovědná jak v Čechách, tak i na Slovensku, má dlouhou tradici. Byla založena ve Spojených státech amerických již v roce 1948 a nyní má více než 4000 poboček v 85 zemích světa. Díky tomu máme přístup k velkému množství informací z trhu práce, které nabízíme veřejnosti. Usilujeme také o to přispět k zlepšování podmínek na trhu a vybudování pozitivního pohledu na agenturní zaměstnávání, které bohužel nemá v České republice příliš dobrou image. Přitom v západních zemích je běžnou součástí trhu práce. Manpower je proto jedním ze zakládajících členů Asociace poskytovatelů personálních služeb, která sdružuje personální agentury, jež přijaly etický kodex asociace. Angažujeme se při přípravě legislativy, jsme členy pracovní skupiny ministerstva práce a sociálních věcí a usilujeme o zlepšení zákonných podmínek pro agenturní zaměstnávání, jeho přísnější regulaci a kontrolu. Snažíme se také dosáhnout lepší akceptace agenturního zaměstnávání veřejností. Bude to ještě dlouhá cesta, agenturní zaměstnávání nemá v našich zemích žádnou tradici, ale věřím, že bude kratší než 50–40 let, což je doba, po



Mgr. Jaroslava Rezlerová

kterou se tento trh rozvíjel na Západě.

V posledních letech dochází na trhu práce k zásadním změnám, což klade nové nároky na zaměstnavatele, zaměstnance, ale také na vlády jednotlivých zemí. Tato témata jsou pro média zajímavá a mnoho se o nich píše.

Jaké jsou tedy hlavní prvky ovlivňující trendy na trhu práce?

Jsou to především demografické změny, globalizace, nedostatek lidí s potřebnou kvalifikací, měnící se úloha jednotlivce ve společnosti a technologická revoluce. Například Itálie do roku 2050 ztratí 28 % své aktivní populace. Pro zachování majority populace v produktivním věku by musela přivést do země více než 350 000 imigrantů ročně nebo nechat své občany pracovat do 75 let. Na trh práce také přichází nová generace, někdy nazývaná jako generace Y, která bude trhu postupně dominovat. Jsou to mladí lidé, kteří vyrostli v jiném světě. Díky informačním technologiím mají nekonečně širší přístup k informacím, žijí ve světě neomezené mobility, mohou si mnohem víc vybírat, a tudíž mají jiné motivace, životní hodnoty a postoje k práci, než měla generace předchozí. Práce je pro ně prostře-

dek k naplnění životních potřeb a snů, nikoli cíl. Pro firmy zase rozvoj technologií umožňuje výrazně měnit způsob organizace práce. Lidé mohou pracovat z domova, vznikají virtuální pracovní týmy napříč kontinenty, a přesto mohou spolupracovat stejně efektivně, jako by seděli v jedné kanceláři. Takové organizace samozřejmě kladou úplně jiné nároky na znalosti, schopnosti a zkušenosti lidí, kteří je vytvářejí. Firmy mají stále větší potíže obsadit své kvalifikované posty, a to i nyní v době, kdy roste nezaměstnanost a teoreticky se zvyšuje počet volných lidí na trhu práce. Kvalifikace kandidátů na zaměstnání neodpovídají svou strukturou stále překotněji se vyvíjecímu trhu a jeho požadavkům. Je to frustrující paradox jak pro zaměstnance, tak pro zaměstnavatele: vzdělávání je méně flexibilní a pokulhává tak za potřebami firem. Jediné řešení pro obě strany je měnit zaběhané postupy a postoje. Například pro firmy to znamená, že budou muset klást stále větší důraz na vzdělávání svých lidí v rámci interních potřeb, naopak pro lidi v produktivním věku bude ještě víc nezbytné se celoživotně vzdělávat, a dokonce změna profese několikrát za život bude zcela běžnou záležitostí.

Nezaměstnanost v ČR je vážným fenoménem, a jak se zdá, vytváří právě ona dost skeptického náladu nejen mezi lidmi obecně, ale také mezi zaměstnavateli – rádi by přijali nové síly, ale nemají na to.

Řešením by mohla být větší flexibilita na trhu práce, jenže u nás prozatím nejsou firmy ani lidé zvyklí tyto formy práce příliš využít a bohužel ani legislativa jim nijak nenapomáhá. Pracovní právní legislativa je navíc dost konzervativní, takže vede zaměstnavatele k opatrnosti. Vztít někoho do trvalého pracovního poměru je zkrátka nákladná záležitost. Nejde samozřejmě o to, aby lidé mohli přijít ze dne na den o práci bez jakékoli ochrany, flexibilní práce nemusí být na úkor zaměstnanců. Naopak,

jde jen o širší možnosti dohody v rámci zákona mezi zaměstnancem a zaměstnavatelem, jak si nastaví podmínky, délku, konání a výkon práce. Existuje stále víc lidí, kteří si chtějí sami řídit poměr

Hodně pak také záleží na přístupu jednotlivce, důležité je nerezignovat, nelitovat se (nebo jen chvíli) a uchopit novou situaci nikoli jako trest či nespravedlnost, nýbrž jako výzvu, která vás může dovést k novým, zajímavým územím, někam, kam byste se za normální situace nikdy nedostali.

Firmy mají stále větší potíže obsadit své kvalifikované posty, a to i nyní v době, kdy roste nezaměstnanost a teoreticky se zvyšuje počet volných lidí na trhu práce. Kvalifikace kandidátů na zaměstnání neodpovídají svou strukturou stále překotněji se vyvíjícímu trhu a jeho požadavkům. Je to frustrující paradox jak pro zaměstnance, tak pro zaměstnavatele: vzdělávání je méně flexibilní a pokulhává tak za potřebami firem.

► času stráveného v práci a času soukromého. Za tímto účelem podporujeme evropský program zvaný flex security, který se snaží skloubit flexibilitu zaměstnavatele s bezpečím zaměstnanců. Tato evropská direktiva nabízí několik zajímavých příkladů, ze kterých bychom se mohli poučit.

Zdá se, že propad HDP se zastavil, přesto čísla nezaměstnanosti neklesají. Jak je to možné?

Trh práce má za vývojem ekonomiky velké zpoždění, které může být dokonce až roční. Naše společnost provádí každé čtvrtletí průzkum Manpower index trhu práce, ve kterém se ptáme reprezentativního vzorku zaměstnavatelů, jestli budou v nadcházejícím čtvrtletí spíše nabírat, nebo propouštět. Moc rádi bychom byli optimističtí, ale výhled na druhý kvartál je stále ve znamení přetrvávající opatrnosti zaměstnavatelů, kde více z nich předpokládá spíše snižování počtu zaměstnanců. Pomoci by mohl nárůst sezonních prací, a doufáme tedy, že nezaměstnanost v těchto měsících kulminuje.

Jsou v horší pozici při snaze o seberealizaci u nás spíše mladší lidé, nebo ti zkušenější?

Obě skupiny to samozřejmě nemají lehké. V posledních letech je hledání práce obtížné i pro čerstvé absolventy, kterým chybí praxe. Pohled na lidi v předdůchodovém věku zase ovlivňuje mnoho stereotypů. V rámci obou skupin jsou samozřejmě ti, kteří mají lepší výchozí pozici, a naopak ti, již jsou pro pracovní trh méně atraktivní. Mnohem více šancí má absolvent, který byl již během školy aktivní a absolvoval stáže ve firmách nebo při studiu pracoval. Zaměstnavatelé také oceňují studijní i pracovní pobyty v zahraničí, které mohou napovědět hodně o odvaze, aktivitě, cílevědomosti a schopnosti se přizpůsobovat novému prostředí. U potenciálních zaměstnanců nad 50 let je oceňována spolu se zkušenostmi a praxí také snaha o doplňování vzdělání, rozšiřování kvalifikace, jakákoliv aktivita, která nadále rozvíjí schopnosti, rozšiřuje portfolio...

A jakou šanci mají maminky, které by se rády vrátily z mateřské dovolené? Mohou se spolehnout na to, že dostanou stejnou šanci, jako když své místo dočasně opouštěly?

Legislativa jim to samozřejmě zaručuje, ale návrat z mateřské, resp. rodičovské dovolené po delší době je obtížný. Znamená to si přenastavit zaběhaný pořádek, rozdělovat znovu pozornost mezi rodinu a práci. U nás ještě bohužel nejsou vytvořené podmínky pro usnadnění nástupu do zaměstnání po mateřské, neusnadňuje to ani legislativa. Na trhu není dost flexibilních úvazků, které by maminkám umožňovaly

částečně pracovat i během rodičovské dovolené, aby si udržely kontakt s pracovním trhem a mohly se snadněji vrátit. Zaměstnavatele by k vytváření takových úvazků určitě přiměly například daňové úlevy pro zaměstnavatele, kteří zaměstnávají matky a otce na rodičovské dovolené. Kromě toho zůstat doma tři roky není v západní Evropě běžná praxe, do práce se rodiče vrací mnohem dřív, tudíž jejich zpětná integrace je snazší, ale mohou využívat další výhody, jako např. ve Francii odečet z daní uplatněný z částek placených za hlídání dětí.

Jste v kontaktu s některými profesními uskupeními, například s Hospodářskou komorou ČR nebo se Svazem průmyslu a dopravy ČR, Konfederací zaměstnavatelských a podnikatelských svazů ČR nebo s Asociací malých a středních podniků a živnostníků ČR? Lze účelově nastartovat nějakou spolupráci pro pružnější řešení zaměstnanosti?

Ano – v rámci Asociace personálních agentur vedeme dialogy s nejrůznějšími partnery, zejména asociacemi a obchodními komorami. Jedna z diskutovaných iniciativ si klade za cíl v rámci flex-security standardů pomoci řešit a rozvíjet flexibilitu forem zaměstnání. Na jedné straně jde o legislativní zajištění a uvedení těchto forem do běžného provozu pracovního trhu, na straně druhé je důležitá jistá forma osvěty pro zaměstnavatele, ale i potenciální zaměstnance. Ve společnosti panují stále určité obavy a odstup od flexibilního zaměstnání, které brání jejímu rozvoji. Je to pochopitelné, u nás jsou zatím alternativy hlavního pracovního poměru málo rozšířené, i když by byly jak pro zaměstnance, tak pro firmy a celý pracovní, a návazně i hospodářský trh velice přínosné.

Sama jste generální ředitelkou, tedy ve vysoké manažerské pozici. Umíte si představit, že byste ze dne na den přišla o tuto roli?

Samozřejmě že ano, na to člověk musí být připraven. Navíc, v Manpower jsem začínala sice na stejné pojmenované pozici, ale v de facto malé organizaci s asi 25 zaměstnanci. Poslední 2 roky je těch zaměstnanců 250 ve dvou zemích, se síti 35 poboček. Odpovídám za společnost, která je ve svém oboru jedničkou na českém trhu s obratem 1,2 miliard korun. Takže poté, co jsem si „to prošla“ od začátku až k dnešní velikosti, myslím, že nemám problém. Umím si představit, že bych opět začala od nuly, nejspíš v jiném businessu. Nikdo by neměl počítat s tím, že současnou pozici má zajištěnou. Dokonce si myslím, že pokud bychom se nepohybovali na velmi mladém, dynamickém trhu lidských zdrojů, který stále ještě roste a rozvíjí se, a kde tudíž na mé pozici přicházejí stále ještě nové výzvy a je se co nového učit a vymýšlet, už

bych to nedělala. Stereotyp, to, že něco děláte dlouho a pořád stejně, znamená ztrátu energie, drivu, nepřináší žádné sebeuspokojení. V práci trávíme významnou část dne, považovala bych za osobní prohru dělat něco, co by mne netěšilo a nenaplnovalo. Nespokojenost s prací se pak promítá i do osobního života, přenášíte si svoje frustrace domů, na partnera, na děti, a to je pak už úplně špatně.

Když byste měla naplno vstoupit do světa businessu jako majitelka nové firmy, jaký obor byste volila?

Asi bych zůstala v oboru, který dobře znám a věnovala bych se dále poradenství v lidských zdrojích. Umím si také představit, že bych podnikala i v jiných oborech, například poradenství v módě a životním stylu, které má k HR docela blízko. To by mne určitě hodně těšilo.

Čím se podle vašich zkušeností liší role podnikatelky a manažerky?

Velmi otevřeně si myslím, že přestože dobře placený manažer najatý na řízení společnosti se chová a jedná v jejím nejlepší zájmu (a je evidentní, že například zodpovědnost za firmu, kterou řídím, a s obratem, který má, je obrovská), tak ve skutečnosti to není úplně stejné, protože nehrozí riziko osobního finančního krachu. Má za sebou zázemí cizí společnosti, takže podle mého názoru nenese na svých bedrech takovou zátěž. Takže klobouk dolů před těmi, kdo se rozhodnou „do toho jít“ sami za sebe. Podnikatel vkládá do firmy své vlastní peníze, jméno, kontakty a je tedy celkově právě mnohem více sám za sebe. Důležité je také, ve které fázi životního cyklu podniku do něj vstupujete. Jestliže něco budujete od základů a daří se vám, je určitě každý úspěch větším osobním zadosťučiněním, je to pak také trochu „vaše“ firma.

Určitě máte kolem sebe řadu příběhů, osudů těch, kteří hledají práci. Čísi z nich touha bojovat, anebo je to spíš kapitulace?

Pro lidi je velmi obtížné být dlouho bez práce a pro mnoho lidí je ztráta práce stejně stresující jako ztráta partnera nebo jiná neblahá událost v rodině. Zkrátka ať chceme, nebo ne, ztráta práce je osobní, nikoli technická záležitost a dává vzniknout mnoha otázkám a pochybnostem o sobě samém. V našich podmínkách bohužel ještě stále chybí širší síť, poradenská i jiná, která může člověka ztrácejícího práci „zachytit“, podpořit ho, dát mu návod k dalším krokům. Hledání práce je velmi náročný proces, já říkám, že je to samo o sobě „práce na plný úvazek“, které se člověk musí věnovat dlouhodobě a systematicky. Hodně pak také záleží na přístupu jednotlivce, důležité je nerezignovat, nelitovat se (nebo jen chvíli) a uchopit novou situaci nikoli jako trest či nespravedlnost, nýbrž jako výzvu, která vás může dovést k novým, zajímavým územím, někam, kam byste se za normální situace nikdy nedostali. Takže na závěr: všechno je o úhlu pohledu a rozhodně lepší je dívat se na věci pozitivně, vždycky mají nějakou lepší stránku, než se zdá na první pohled.

otázky připravila Eva Brixl

Trochu ležérnosti či výstřednosti?

Oblékání se stalo fenoménem, který dokvétá do své krásy – módní návrhářky a návrháři a průmysl odívání zažívají časy, kdy ženám čím dál více záleží na tom, jak vypadají. Chtějí se líbit – jak jinak a proč ne. Znamená to také mít větší úspěch. Ne nadarmo se říká, že na první pohled... Také podnikatelky a manažerky daleko kreativněji využívají všech modních lákadel trhu. Je-li nabídka, bylo by hříchem ji nevyužít. Pravidla „kostýmko-vého“ oblékání mají sice stále své mantinely, ale čas od času je příjemné je nenápadně narušit, opustit či dotvořit. Proto jsme některým z vás položili následující otázky:

Změnila byste zažitý styl oblékání podnikatelek a manažerek, nebo vám vyhovuje?

Neovlivňuje toto až uniformní oblečení vaše rozhodování?

Nebyla byste pro to, aby móda pro podnikatelky a manažerky přibrala trochu ležérnosti, veselí či kapku výstřednosti?

Erika Duchanová, ředitelka Identity a komunikace, UniCredit Leasing CZ

Do jisté míry mi tento styl vyhovuje, zejména vzhledem k prostředí, kde se pohybuji. Neumím si moc představit některé „modely“, které vidím občas ve městě, v kanceláři, nebo na poradě vedení naší firmy. Jsem přesvědčena, že z hlediska určité estetiky je více než vhodné vybírat si styl oblečení dle příležitosti, náplně práce, a také osobnostního typu.



Považuji je za velmi praktické pro zaměstnanou ženu. Když po čemkoli sáhnu ve svém šatníku a dám si to na sebe, cítím se upravená bez větší námahy. Navíc si vybírám kostýmy, které kritérium upravenosti, střihu, materiálu a určitého

pohodlí splňují. Zvolené kostýmy navíc odpovídají tomu, jak vnímám sebe sama. Nepovažuji se rozhodně za romantický typ a v „přezdobených halenkách“, být se mi na jiných ženách mohou líbit, si připadám jako „papaťák“. Přiznám se, že nejsem ani typ ženy, která chce stát u šatníku hodinu a přemýšlet o tom, co a jak zkombinuje. Využívám čas raději jinak. Nejsem také typ, který by příliš prahnul po pestrobarevných „kouscích“. Cítím se výrazná i bez nich. Ano, uniformní oděv mé jednání rozhodně ovlivňuje. Dokonce vím, co si pro jakou příležitost kupuji, co je vhodné pro „běžnou“ kancelářskou činnost, co je na jednání mimo firmu, na večerní společenskou akci apod. Ale takto snad nakupují všechny ženy. Abych však ještě lépe vyjádřila, co si myslím na uvedené téma, tak si dovoluji uvést příklad: myslím si, že třeba obchodnice na Strojírenském veletrhu v květovaných šatech je neštěstí. Ale trochu „nadhledu“ v oblékání může být

vždycky. Míra oné výstřednosti v oblékání je závislá na oboru, kde uvedená žena podniká či se pohybuje.

Ve financích si ji můžeme dopřát rovněž, ale jen jako šafránu.

Necítíte se v kostýmcích nadčasového střihu a často i nevýrazných barev poněkud smutně až usedle?

Bohuslava Šenkýřová, rektorka, Vysoká škola finanční a správní



Necítím se jako módní guru, takže si netroufnu rovnou měnit styly, ale určitě bych se přimlouvala za to, aby každá žena nosila to, co jí sluší a v čem se cítí dobře. To samozřejmě zahrnuje i zvážení příležitosti, pro ja-

kou se oblékám. Já se tím určitě řídím. Na otázku usedlých kostýmů se mi odpovídá těžce, protože kostýmy nevýrazných barev a nadčasovým střihů v mém šatníku nenajdete. Ostatně nemám ani to štěstí (či smůlu) být majitelkou konfekční postavy, a tak si nutně hledám své cesty i v módě. Nevím, zda oblečení může přímo ovlivnit rozhodování, ale určitě má vliv na dobrý pocit a pohodu. Snažím se oblékat tak, abych se cítila nejenom pohodlně, ale i příjemně jako žena. Nemyslím si, že by v ženské módě pro podnikatelky a manažerky existoval tak přísný úzus. Jde o to citlivě zvolit takovou kombinaci barev a stylů, která se hodí pro danou příležitost a podtrhuje osobitost nositelky. Výstřednost ale v business módě nemá co dělat, ta patří na přehlídková mola, kde si ji i já ráda vychutnám.

Milena Veselá, ekonomická ředitelka, ProMoPro

Já moc styl oblékání do práce neřeším. Chodím v tom, v čem se cítím dobře a pohodlně. V dnešní době, myslím, tak svoje oblékání může řešit téměř každá podnikatelka.

Nadčasové kostýmy – rozhodně lepší než zaběhnutá černá. Když se podíváte na podnikatelky, jsou obvykle v šedé, černé nebo maximálně černobílé. Když půjdete například ve fialovém kostýmu, určitě budete hodně vidět. Nicméně proč ne? Rozhodně se však nenechávám ovlivnit tím, co mám na sobě. Oblékání s mým rozhodováním nemá naprosto nic společného. Jak jsem už uvedla – více barevnosti, ležérnosti, možná i trochu výstřednosti, by určitě neškodilo. I když si myslím, že dnes se tím již mnohé podnikatelky řídí, a to je dobré.



Hana Kadečková, tisková mluvčí, Zdravotní pojišťovna ministerstva vnitra ČR

Kostýmek s úzkou sukni či dobře padnoucími kalhotami, jednoduché pouzdrové šaty se sáčkem, na nohou lodičky, to vše je móda, která se mi moc líbí, takže na tomto zvyku bych nic neměnila. To, že chodíte v kostýmku, ještě neznamená, že musíte vypadat fádne a nudně. Jak jste hezky uvedli – nadčasově. Klasika se dá oživit zajímavým střihem, materiálem, výstřednější kabelkou, botami, bižuterií... Já osobně mám



ráda kombinaci klasických střihů se sportovními prvky, takže neváhám vzít si k sukni místo usedlého sáčka například sako kožené. Nebo naopak k saku a společenské haleně černé džíny a boty na podpatku. Myslím, že uniformní oblečení mě nijak ne-

svazuje. Osobně se snažím vybírat to, které při pracovním jednání neruší a neodvádí pozornost, ale na druhé straně je (snad) i líbivé. Jestliže chcete působit na okolí seriózně, pak musíte volit i seriózní oblečení, což – opakuji – nerovná se vždy nudně. Žena může být ležérní, veselá a kapku výstřední i v tom nejklašičtější kostýmku, pokud umí pracovat s detaily a doplňky. Navíc, dnes už potkáte řadu podnikatelek a manažerek v naprosto nekonformním oblečení, které se přesto hodí k jejich pracovní pozici a ještě podtrhuje jejich osobnost.

Některá muže, protože je dáma...

Jakýma očima nahlíží na oblékání žen podnikatelek a manažerek muži, o tom se můžete přesvědčit na vzorku odpovědí a zamyšlení osobností, které do světa businessu a manažerského působení léta patří. Jejich názory záměrně nekomentujeme, je totiž na vás, jak tyto záležitosti sami vnímáte, máte-li čas a chuť se jimi zabývat.

Líbí se vám, jak se oblékají podnikatelky a manažerky?

Nepůsobí manažerská móda zbytečně konzervativně až puritánsky?

Nechtělo by to něco trochu živějšího, nápaditějšího?

Není podle vás móda elegantních kostýmků překonaná?

Vždyť i dámy na vysokých pozicích a při významných jednáních mohou vypadat více sexy...

Karel Havlíček, generální ředitel, SINDAT Group



Určitě se mi oblékání manažerek líbí a mám neklamně tušení, že o co budu starší, o to se mi jejich oblečky budou líbit více. A nemyslím si, že by móda elegantních

kostýmků byla překonaná. Půjdete-li si vyřídit úvěr, nemůžete tam přijít jako volnomyšlenkář(ka). Určitá míra konzervativnosti je na místě. Cílem takového významného jednání obvykle bývá dohodnout úspěšný obchod, sex bych v tomto případě neupřednostňoval, jinak hrozí, že proděláme kalhoty.

Jaroslav Holoubek, básník

Od dětství jsem měl rád uniformy. Když byl tatínek v nemocnici, chtěl jsem být doktorem a obdivoval jsem lékařské pláště, když tatínek umřel, chtěl jsem být farářem a oblíbil jsem si kněžskou sutanu, pak jsem chtěl být vojákem a imponovaly mi zelené stejnokroje a brigádýrky. Nakonec mi zbyly tři uniformy a to – myslivecká, v níž jezdím na hony, tmavé a světlé



obleky, ve kterých přednáším na vysoké škole, a montérky, v nichž chodím po zahradě a k manželčině nelibosti i po vsi. A tak si myslím, že nejen školačkám, ale i manažerkám a podnikatelkám vkusná a atraktivní uniforma sluší. Vyjadřuje a podtrhuje příslušnost ke stavu a na první pohled zaujme.

Tomáš Březina, předseda představenstva, BEST, a. s.

Jakékoliv kodexy, tedy i ty pro oblékání, jsou vlastně pravidly nebo návodem těm, kteří na věc nestačí



svým vlastním rozumem, moudrostí, citem, zkušeností. Dobře si pamatuji, když mně v dětství rodiče i prarodiče vyprávěli, jak naše první skutečná První dáma, paní Hana Benešová, byla úžasnou dámou. A proto obdivovanou, milovanou a ctě-

nou. Když se pak paní Marta Gottwaldová oblékala stejně, nikdo to nepoznal, vypadala ve stejném oděvu jak po návštěvě 4. cenové skupiny. Žena se šarmem, elegancí, duchem, vnitřním vyzařováním vypadá skvěle třeba i v pytlí. A naopak. Společenské konvence a obory lidské činnosti jistě hrají svoji roli, rovněž tak dosažené úspěchy a oprávněné docílené pozice. Čím je člověk, tj. i žena úspěšnější, tím více si může dovolit extravagance. Ale znovu bych se opakoval, některá může, protože je dáma, jiná... A pouze za sebe: Samozřejmě raději vidím více sexy oblečení. Větší výstřih než menší, sukně raději kratší než delší nebo nestandardní oblečení. Nepobuřuje mě to, naopak. A dámy znají svoji správnou míru.

Roman Sviták, majitel, Grada

Líbí se mi ženy obecně, a zrovna podnikatelky či manažerky nijak zvlášť neodlišuji od ostatních. Chápu u nich i to, že jsou často limitované zvyklostmi svého prostředí resp. zvyklostmi společnosti, v nichž pracují a jaké tam jsou uznávané konvence. Větší extravagance, kterou si mohou dovolit ženy jiných profesí, by jim jistě neusnadnila práci, roli ve firmě a výsledky při jednáních v kolektivu spíše ztížila. Kostýmků se stále nosí. Myslím, že častěji je však vidět civilnější a méně konzervativní oblečení. Obdobně jako u mužů postupně mizí kravatáci a nastupují na jejich místo nekravatáci.

Ženy v oblékání stejně měly i dříve výhodu nad muži svázanými úzkým límečkem u krku a upjatým teplým jednobarevným oblekem. Pamatuji si na začátku devadesátých let a v začátcích svého podnikání, jak jsem se v kravatě neskutečně trápil. Pak jsem si zvykl a začal se cítit v obleku lépe. Pak dobře



a nakonec skvěle. Poté jsem naopak kravatu opět vyhodil a dnes používám jen zcela minimálně při slavnostních příležitostech či velmi formálních setkáních či některých jednáních s těmi, kteří obleky vyžadují. Zvyklosti se časem mění, někdy i skokem, jako to bylo díky panu Billu Gatesovi (Microsoft), který se nepodřídil oblekům, a naopak díky jeho úspěchu jej všichni začali kopírovat a chodit bez saka a kravaty. Jen v košili či v košili se svetrem a ve vycházkových pohodlnějších kalhotách. Kultura oblékání často začíná od představitele té které firmy, jenž svým chováním a samozřejmě i oblečením je ostatním pak vzorem.

Dnes nové prvky a volnost do práce naopak často přináší i mladí linioví pracovníci odjinud a jejich šéfové pak někdy vypadají jako staré zašlé konzervy, odtažitě a mají pak dále k lidem. Ti odvážnější toho tedy využijí a odhodí alespoň tu kravatu. Individualita firemních kultur je stále více různorodá a liší se i oborově. Např. v bankách, velkých poradenských firmách, právnických kancelářích je oblek stále naprosto nevyhnutelný a těžko bychom si představili bankéře, jak se baví se svými klienty ve své kanceláři ve svetu. I když i takoví tu jsou. Já osobně jsem pro „živější“ oblečení. U moc nápaditého mne však jímá podezření, že ta žena či muž tím něco, co nemá, nahrazuje. A automaticky pátrám, co to je, místo abych se věnoval předmětu jednání s ním. Tedy pro business to není vhodné.

Nepřipadá mi, že by ženy v konzervativním oblečení nebyly sexy. Jde o to, co si vhodného vyberou ke své postavě, osobnosti, čím to doplní pro oživení a zda to vše pak umí skutečně nosit. A velká část zkušených žen to umí a také to umí svému okolí „prodat“. A naopak se domnívám, že ty ženy, které se obecně oblékat prostě neumí, naopak konzervativním oblečením odstraní případné chyby, kterých by se u svobodnějšího oblečení zřejmě dopouštěly.

Ivo Gajdoš, viceprezident České manažerské asociace

Abych řekl pravdu, tak jen velmi málo manažerek se obléká vkusně. Podle mě to souvisí mnohdy s tím, jak moc nebo málo jsou k sobě ženy sebekritické nebo jakou věnují oblékání pozornost. Co mohou doporučit – každé ženě sluší úsměv (ale uvolněný – ne ten americký, který je až moc strojený a průhledný...). Také je důležitá starost o svou postavu, na kterou bohužel některé manažerky nemají čas a potom se ta nadbytečná kila těžko zakrývají. Hodně záleží také na věku, a jak se s ním dovedou manažerky vyrovnat. Ty, které



si pořád hrají na „studentky“ a za každou cenu se snaží vypadat mladě, by měly trochu ubrat. Neboť jak se říká: „víno zraje s věkem“. Pokud jsou kostýmků opravdu elegantní, tak určitě nejsou dle mého názoru překonané.

pokračování na str. 12 ►

Habakuky jako pohádková radost

Habakuky je slovenská „rozprávková“ vesnička inspirovaná pohádkami Pavla Dobšinského. Jméno je novotvar smyšlenec. Když sem vstoupíte, jste v ráji.

Slovenští nadšenci a fandové originálních myšlenek si prostě postavili a vybavili lákadlo pro turisty. Otcem myšlenky je výtvarník Pavol Hadač. V létě se tu hrají pohádky, jak jinak, a chystá se spousta překvapení. V zimě je tu za soumraku kouzelně mrazivo, až se někdy tají dech. Rozhodně se sem vypravte, stojí to za to, získáte jiný názor na svět a člověka v něm. Začnete si pomyslně hrát a vaše duše roztaje. Oči budete mít dokola nad tím, co se dá v dnešní internetové

době udělat proto, aby měl člověk radost. Habakuky se nacházejí v překrásném přírodním prostředí ve středisku Donovaly. Jestli máte smysl pro neobvyklosti, tajuplnosti a rádi se bavíte, hledáte kulturní zážitek, o němž se nedá pochybovat, rozjedte se do Habakuk. Bez rozpaků se přenesete do pohádky vlastního dětství a se srdcem okouzleným fantazií slovenských nadšenců budete později vzpomínat na to, co má v dnešní vystresované době skutečné význam – dobrý konec; jako v pohádce.

www.habakuky.eu

Eva Brixi

foto Vratislav Konečný



► pokračování ze str. 11

Vždyť manažerka mnohdy reprezentuje nejen sebe, ale i firmu, takže se nemůže vždy oblékat jako na módní přehlídku nebo na pláž, i když je to jakkoliv „relax“, „in“ nebo „cool“.

U kostýmků doporučuji variaci saka se sukni. Jinak vypadají některé manažerky v kalhotách jako kopie mužů v obleku, ale bez kravaty. A když říkám sukni, tak tím myslím opravdu „lady“ sukni a ne jen mini, která poutá pozornost nesprávným směrem. U kostýmků jsou určitě nezbytné doplňky, které však musí ladit s vhodnou obuví, kabelkou nebo kufříkem.

Puritánsky působí například právničky nebo auditorky, ale u těch se to dá pochopit. Naopak manažerky marketingových agentur jsou velmi originální. Záleží také na tom, zda se manažerky oblékají v konfekci, nebo stylově a jak moc se nechá manažerka spoutat konvencí a pravidly.

Rozhodně jsem pro nové trendy, pro originalitu a zajímavé střihy. Potom i manažerské jednání má jinou dimenzi a atmosféru.

Plně souhlasím s tím, že ženy by se měly nad svým zevnějškem více zamyslet, ale také nespolehat jen na sebe. Tak jako každá žena jde raději ke kadeřnici, než by si vlasy „pižlala“ sama před zrcadlem, tak by měla přistupovat i ke svému oblečení. Vždyť dobrou radu dají lepší butiky i zdarma. Ale není nad to mít vlastní vizážistku, poradkyni nebo jen dobrou přítelkyni, která vidí ženu jinými očima než ona sama sebe. Určitě jsem pro to, aby ženy vypadaly zajímavě, elegantně, šarmantně a originálně... Ale určitě ne moc sexy, nebo dokonce vyzývavě. Nemám rád například „push-upky“ s velkým výstřihem, které na mě působí spíše jako „mucholapky“. A žena tím ukazuje svou úroveň a záměry. Závěrem bych chtěla říci, že mám rád rafinovanost a alchymii ženské krásy, ale také určitou oduševnělost, vzdělanost a společenskou úroveň, oděnou ovšem do kvalitního materiálu a originálního designu. Vše podtrženo jemným make-upem a stylovými, nebo dokonce uměleckými doplňky.

připravil Pavel Kačer

ARTISTRY™

NOVÝ ARTISTRY™ Creme LuXury

- Klinicky testovány. Plet se chová jako by byla až o 15 let mladší.
- Používá nejmodernější vědecké a technologické objevy.
- První kosmetický přípravek na trhu obsahující cardiolipin.
- Balení bylo navrženo jedním z nej přednějších designérů O. Van Doornem.

Amway

ARTISTRY™ Creme LuXury v prodeji výhradně prostřednictvím
distributorské sítě společnosti Amway Česká republika, s.r.o.,
Nad Kazankou 29, Praha 7 - Troja,
Tel.: 283 017 120, Fax: 283 017 313, www.amway.cz

s Martou Strnadovou

Znám nespočet krásných bytostí

Život přináší mnohá překvapení, někdy ne tak báječná, jak bychom rádi. Vrátit se z nemocničního lůžka zpět na zem je úžasný pocit. Naučit se žít s problémem, který je řešitelný, dává sílu. Například lidem se stomií. Více však Mgr. Marta Strnadová, Country Manager CR z firmy Hollister s.r.o.:

Před nedávnem HARTMANN-RICO odstartoval strategickou spolupráci se společností Hollister, v rámci které jste se stali výhradním distributorem produktů značky Dansac. Ty jsou určeny stomickým pacientům. Oč vlastně jde?

Pokud bychom se chtěli dozvědět více na toto téma, bylo by pošetilé domnívat se, že nám postačí několik šálků kávy či čaje strávených s odbornou knihou, brožurkou, virtuálním světem informací či stomickým odborníkem nebo stomikem samotným. Bez zveličování či jistě nadsázky je každá stomie a stomik, její nositel, výhradně jedinečnou a specifickou záležitostí a péče o ni je předmětem sdílené zkušenosti alternující v řadě případů k úspěchu. Trochu odlehčeno, se stomií není lehké, ale lze, i v dnešním světě v rychlém tempu, žít a žít naplno a kvalitně. Problematika stomií a života se stomií se dnes otevírá světu informací a komunikace a není tématem za zavřenými dveřmi. Řada z nás se již setkala s pojmem stomie, slovem řeckého původu, které znamená otvor či vyústění a možná i s pojmy trvalá či dočasná stomie, která se po určitém čase zanořuje.

Obecně dochází k vytvoření stomie v případě poruchy činnosti dýchací, trávicí nebo močové soustavy a mezi nejčastější diagnózy patří karcinom tlustého střeva a konečníku, ulcerózní kolitida (zánět tlustého střeva), Crohnova nemoc (chronický zánět, který může postihnout různé části trávicího ústrojí), vrozená onemocnění, a dále poranění a jiné příčiny. Otvorem (stomií) odchází odpadní produkty a k jejich jímání slouží stomické pomůcky. Podle umístění stomie na trávicím či močovém traktu se jedná o různé exkrementy, což klade specifické požadavky na funkčnost a design stomických pomůcek. Dansac, jako dánský výrobce, představuje širokou škálu produktů pro různé skupiny uživatelů a potřeb, včetně stomických pomůcek pro aktivní uživatele, kteří pracují, žijí společenským životem a zvládají činnosti totožné s těmi před operací.

Nejedná se však jen o obchod, ale také o společenskou zodpovědnost, v jejímž rámci jste se rozhodli pacientům pomáhat a udržovat jejich radost ze života...

Ano, to jsou rozhodně hodnoty, které jsou pro Dansac vitální a neustále rozvíjené. Posláním společnosti je vyvíjet, vyrábět a prodávat produkty péče o stomie, které zvyšují kvalitu života lidí žijících se stomií, a to v harmonii s jejich potřebami a požadavky, zaměřujeme se pouze na péči o stomie, vytváříme lepší produkty, které činí život se stomií snadnějším. Převáděno do řeči činů, Dansac pečuje o své zákazníky, naslouchá, sdílí zkušenosti, předkládá možná řešení, radí, poskytuje řadu informací a především – nabízí pomocnou ruku.

Aktivita společnosti Hartmann na trhu se zdravotnickými prostředky vzrostly, určitě to ovlivní i vaši prestiž. To zase souvisí s image. Jaká by nová image vlastně měla být? Dansac přináší image společnosti, kterou lze při-



Mgr. Marta Strnadová

blížit 5 symboly – Dansac JE oddaný, inovační, moderní, neformální a spolehlivý, atributy, který každý jednotlivě přináší specifickou hodnotu

a ve svém syntetickém pojetí představuje image flexibilní, pro-aktivní a empatické entity naslouchající potřebám a přáním svých zákazníků.



Žít se stomickým zákrokem není žádná slast, promítá se to do sebevědomí, seberealizace, uplatnění, často tyto lidé potřebují psychickou pomoc. Co všechno jste začali v tomto směru dělat nad rámec obchodu a co ještě plánujete?

Společnost Dansac přináší jedinečné edukační a informační materiály pro stomiky a odborníky v rámci péče o stomie – stomické sestry a proktology. Jedná se o nejrůznější materiály, které jsou ve vší skromnosti ojedinělé a řada z nich byla uvedena jako prvotiny. Poslání je nasadit; chceme nabídnout pomocnou ruku stomikům a odborníkům v péči o stomie, a to v rovině fyzické (zvládnout péči o stomii), v rovině sociální (zapojit se zpět do života a žít kvalitní život) a v rovině psychosomatické (podívat se na věci z jiného úhlu pohledu, prožít si ten pocit, jakým způsobem ovlivňuje nová tělesná image duši každého z nás a hledat možnosti a prostředky, jak naopak pečovat o naši duši a znovu získat pocit sebevědomého člověka naplňujícího své plány a sny. Plány do budoucnosti bych ráda ponechala v rovině chystaného překvapení; plány máme a je to naše vášeň.

Co byste ráda vzkázala lidem, jejichž příběh obsahuje slovíčko stomie?

Žijte svůj život naplno, podělte se o svůj příběh s lidmi, kteří vám naslouchají a kteří vás milují „i se stomií“; neztrácejte hlavu, že máte stomii; znám nespočet krásných bytostí se stomií a mám je moc ráda.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí

dansac

kvalita života stomiků je ohniskem našeho zájmu

oddaný • inovační • moderní • neformální • spolehlivý



Jak efektivně využít čas

Každý den má pouze 24 hodin a nejen práci je člověk živ. K tomu, abych si čas rozdělila mezi práci, rodinu, přátele a také mi zbylo něco na odpočinek, golf a dobré víno, využívám následující zásady. Nejdříve ze všeho se rozhodnu, čím je a čím naopak není potřeba se zabývat. Stanovení priorit pro mě znamená rozdělení úkolů především na ty, které budu řešit sama, a na ty, které budu delegovat a na koho. To platí v pracovním i soukromém životě. Důležité pro mě je dobře delegovat všechno, co mohu. Vždy si pečlivě zvážím, na koho úkol deleguji. Využívám k tomu znalosti silných stránek (ty máme opravdu všichni) lidí kolem sebe. Tento výběr ve většině případů zajistí motivaci pověřeného a dobrý výsledek. Pro řadu lidí je výzvou, když dostanou úkol a k němu pravomoci a odpovědnost. Každý člověk si to udělá podle sebe a mnohdy mne obohatí o řadu nápadů a řešení, na které bych sama nepřišla. Důležitá je kontrola výsledku splněného úkolu, nikoli dílčích kroků. Slovo problém jsem nahradila ve slovníku lidí kolem sebe návrhy řešení vzniklé situace. Následuje vyhodnocení a poskytnutí krátké zpětné vazby, a jsem-li spokojena, také pochválím. Učíme se všichni, stále, nepřetržitě. Nejlepší práci podle mne odvádí člověk motivovaný, který pracuje s chutí



MVDr. Dana Odehnalová, MBA,
generální ředitelka 5P Agency

a nasazením. Ne vždy a ne každému se to podaří. Je však velký předpoklad, že člověk, který se naučí plnit dobře delegované úkoly, se naučí i sám dobře delegovat. A je čas na to, jít si s radostí odpočinout.



Právní servis

Podnikatelky a peněžitá pomoc v mateřství

Podnikáte a plánujete potomka? Chcete-li dostávat peněžitou pomoc v mateřství, nezapomeňte se přihlásit k nemocenskému pojištění osob samostatně výdělečně činných.

Mateřská je u osob samostatně výdělečně činných vyplácena právě z nemocenského pojištění.

Toto pojištění je dobrovolné, výši pojistného si určíte samy (minimum je 56 Kč měsíčně). Výše mateřské se odvíjí od výše pojistného. Maximální mateřská (cca 23 000 Kč) vám letos bude náležet při pojistném 1010 Kč měsíčně, které je třeba platit 12 měsíců před nástupem na mateřskou dovolenou. Nestihnete-li tuto vyšší částku platit po celý rok, je možné ji dorovnat nejpozději poslední měsíc před nástupem na mateřskou dovolenou.

Nárok na mateřskou vznikne, pokud nemocenské pojištění trvalo alespoň 180 dnů před porodem (a současně 270 dnů v posledních dvou letech). Nezaplatíte-li pojistné, nemocenské pojištění zaniká. Při pobírání mateřské nesmíte, na rozdíl od pobírání rodičovského příspěvku, osobně vykonávat samostatně výdělečnou činnost, ze které vám mateřská plyne. Budete-li však tuto činnost vykonávat prostřednictvím zaměstnanců nebo spolupracujících osob, mateřská vám náleží. Mateřská se vyplácí po dobu 28 týdnů. Poté nastupuje rodičovský příspěvek. Pokud vám nárok na mateřskou nevznikne, dostanete po dobu 6 týdnů po porodu nemocenskou (jste-li nemocensky pojištěna) nebo přímo rodičovský příspěvek, a to v pomalé čtyřleté variantě.

V souvislosti s porodem budete mít dále nárok na porodné. To se vyplácí jednorázově a je třeba o něj zažádat úřad práce do 1 roku od porodu.

Frömlová Iva – advokátka, www.advokatCR.cz

O slovech, která budou

fejeton

Člověk se někdy potřebuje vyjádřit přesně a náležitě. Tedy vlastně vždycky, ale občas mu to nejde. Jsa zblblý vším, jen ne čtením krásné literatury a poezie, ochabuje zásoba slovní, ta, po níž volají všichni ještě vzdělaní jazykozpytci. A tak homo sapiens hledá slova, a nejen to. Aby je měl, slova si vymýšlí. Třeba onehdy. Jak bych měla nazvat dávné příbuzné, kteří se postarali o moji jasnou budoucnost? Prapředek a prazadek, jinak to nevidím. Nebo – co s načančaným sněhem, který volá po poetice hledění? Jak byste tu nádheru pojmenovali, abyste byli originální, noví a aby se to líbilo, tedy bylo to trefné, aby každý porozuměl? Chci toho asi moc, chápu. Ale přesto: pokrývka, peřina, ducho, čepice, to všechno už tady bylo a vzrušuje nás to určitě méně než to, co jsme dosud nepoznali. Tak třeba, jak by se ujalo slovo vločkovánice, sněhonos nebo bílojas? Ťukáte si na čelo? Nebojte, já taky. Ty tam jsou doby, kdy obrozenci šířili osvětu kolem jazyka českého a přáli si, aby jadrnost s přesností splynuly v jedno, logika vyjádření a lahodnost slova šly spolu v jediném šiku. Pravda, učíme se stále, a to, čeho je mezi lidem nejvíce, proniká do slovníku mluveného slova, posléze spatřuje světlo světa na papíru i elektronicky.

Čeština se stále poonačuje. A zároveň internetuje. Za touhle tečkou se mám čím chlubit. Proč ne? Internet se sice už nepíše s velkým I, ale stal se v mnoha životech takřka jediným komunikačním kanálem, ať již postihuje naše rozumové kroky, nebo citové zázemí. A slovíčka patřící do souboru užívaných ve virtuálním prostředí, zkomolená a bez háčků, čárek, a bůhvíčeho ještě, vcházejí plíživě do naší všeobecné praxe. Vymyšleniny zapouštějí kořeny, a dost hluboko. Určitě dokonaleji než rajče nebo natová cibulka. Tak třeba – sociální síť není ta houpací, kterou si pověsí několik členů rodiny mezi stromy na zahradě, aby si byli blíží aspoň o víkend u houpací si svou odpolední pohodu, ale ta, kde všichni bulíky na nos těm, kteří nemají zrovna co dělat. Nebo – už jste někdy tak popletení třeba z sms zpráv, že tímto stylem i píšete maily? Snažíte se vyjadřovat úsporně, jednoduše? Vcházejí do vašich internetových psaníček věty jako tři tečky nebo dvojtečka a pár závorek? Pomalu se klube století znaků písmenkových a v podobě smajlíků? Chápu – globalizuje se,

světuje se, integruje se, a na krásu mateřské řeči jako přidanou hodnotu nejvyšší kvality se nehledí. Nejsou lidi, chybí čas. Ostatně proč taky – krásno opravdu zdržuje, nutí zamyslet se, a tedy nepřeje rychlosti, je pro fajnšmekry. Ani babičky dětem už nepiší krásná kázání na dopisní papíry s obrázky. Mají mobily pro důchodce a výhodné tarify, mobiluje se ostošest. Babičky trénují se v projevu mluveném, ostatně je to pohodovější a snadnější a citově efektivnější. Ty mladší už se naučily rejdit na webech a portálech, odesílat maily. A získávat tím i více přátel, než bylo v běžné praxi ještě nedávno možné. Místo bábovka třená a olejová vyskytují se v jejich slovníku pojmy jako namejlovat, vymazat, vygooglovat. Svět se totiž ještě ke všemu obrátil. Starší se učí od mladších, naopak to už přestává fungovat. I já blahorečím svým potomkům, že mne vtahují do jazyka programátorského, právního, internetového, linuxového, ajskjuového a dalších. A protože štěstí přeje připraveným, budu si moci na základě novinek již vymyšlených a do mého mozku integrovaných pouštět do éteru slova nová, moje. A možná se i podruhé vdám – takový netkámoš přece není k zahoezení.

Eva Brixi



Business a právo jsou spjaté

Nová rubrika pod vedením Mgr. Ivy Frömlové, advokátky

K jaru nepatří jen nový šatník, ale také svěží vánek do našich stránek. Rozhodli jsme se je obohatit novou rubrikou – právní poradnou. Otázek, na které často hledáte odpovědi, je stále dost, ba přibývá jich. Budeme rádi, když vám naše stručná navigace v podobě rad advokátky Mgr. Ivy Frömlové bude dobře sloužit.

Můžete se našim čtenářům představit?

Mým životním povoláním se stala advokacie. Mám advokátní kancelář v centru Prahy, která se zaměřuje na poskytování právních služeb podnikatelům. Pomáhám však lidem i v jiných oblastech práva dle jejich požadavků, včetně práva nemovitostí, práva rodinného a tak dále. Vykonávám také činnost insolvenčního správce. A jsem jedna z vašich čtenářek.



Mgr. Iva Frömlová

Na jakou problematiku se chcete především zaměřit?

Na stránkách vašeho titulu se chci zabývat praktickými právními otázkami, se

kterými se vaše čtenářky setkávají při své práci. Chci je upozorňovat na skutečnosti, které by v určitých situacích neměly zanedbat. Témata, o kterých by se čtenářky rády dozvěděly více, mi mohou zasílat e-mailem na: fromlova@advokatCR.cz.

Proč potřebují lidé v businessu právní poradnu?

Business a právo jsou spolu neodmyslitelně spjaté. Business nelze dělat bez znalosti a respektování právního řádu. K předcházení ztrát je nutné si uvědomit právní mantinely a rizika vyplývající z té které situace. Znáte-li rizika, můžete jim předcházet. A na rizika či úskalí bych ráda vaše čtenářky upozorňovala, aby s nimi počítaly a mohly se na ně připravit buď samy, nebo za asistence právníka.

připravil Pavel Kačer

Každá čtvrtá žena z Prahy má osobní zkušenost s krádeží kabelky

direct
pojišťovna
PART OF THE RSA GROUP

Z výsledků ankety DIRECT Pojišťovny vyplývá, že každé čtvrté ženě žijící v Praze byla odcizena kabelka. Pražanky tak nejčastěji přijdou o cennosti v hodnotě 5 až 10 tisíc korun. Dalších 23 % žen pak uvedlo, že znají někoho, komu byla kabelka odcizena. Podle výsledků ankety nosí ženy v kabelce nejčastěji peněženku, mobilní telefon, kosmetiku nebo MP3 přehrávač. Potřebám žen vychází vstříc DIRECT Pojišťovna, která nabízí připojištění dámské kabelky jako bonus ke každému sjednanému autopojištění. Ženy řidičky tak získávají krytí svých osobních věcí, a to až do výše 5 tisíc korun, již v ceně základního pojištění. „Naše klientky se nás poměrně často ptaly, zda je jejich kabelka pojištěna v rámci standardního pojištění automobilu, či zda je možné kabelku připojištit. Proto jsme se rozhodli zareagovat a pojištění kabelky, běžně nabízené například ve Velké Británii, zavést jako novinku i na český pojistný trh,“ sdělila Hana Kovářová, ředitelka oddělení Business development. „Vysoký zájem o toto pojištění, který deklarovalo také 25 % respondentek ankety DIRECT Pojišťovny, nás vedl ke snaze uspokojit specifické potřeby žen a zahrnout pojištění kabelky do základního krytí pojištění vozidla,“ dodala ještě. Podle ankety DIRECT Pojišťovny se každá druhá žena ve věku od 46 do 55 let stala obětí krádeže kabelky. Nepříjemnou zkušenost s odcizením osobních věcí má také 43 % žen ve věku od 18 do 29 let. Krádeže se nejčastěji stávají na ulici, ale také v restauracích, kinech a automobilech. Každá desátá žena ve věku 30 až 45 let byla okradena v autě. Anketa DIRECT pojišťovny, které se zúčastnilo 300 žen, proběhla v únoru v ulicích Prahy.

O kolik lze krádeží kabelky přijít?

Odcizení kabelky je nepříjemná událost, která bývá pro majitelku často také finančně náročnou ztrátou. Necelá polovina žen nosí v kabelce hotovost a cennosti

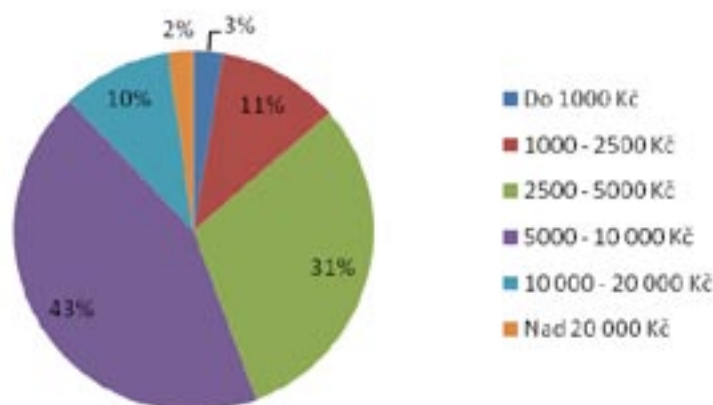
v rozmezí od 5 do 10 tisíc Kč. Věci s nejvyšší hodnotou nosí v kabelce mladé ženy ve věku 18 až 29 let. Pětina z nich má v kabelce věci za více než 10 tisíc korun, častěji s sebou totiž nosí značkové parfémy a drahou elektroniku, jako jsou např. mobilní telefony a MP3 přehrávače.

Připojištění kabelky jako bonus k autopojištění

Pojištění kabelky od DIRECT Pojišťovny se vztahuje na situace, které se ženám přihodí v době, kdy jsou přítomny v automobilu (např. při čekání na semaforech, při dopravní nehodě apod.). Pojišťovna poskytuje pojistné plnění do stanovené výše limitu, který činí 5 tisíc korun. Pojištění se vztahuje na riziko krádeže či loupeže a také živelních událostí a vandalizmu. Podrobné informace o produktu naleznete na internetových stránkách www.direct.cz/akce/pojištění-kabelky.

(tz)

Jakou hodnotu má v normální situaci obsah Vaší kabelky?



KARTA ŽIVOTA zachraňuje a dává důležité informace

Už jste slyšeli o Kartě života? Věřím, že ano, jen možná přesně nevíte, co to je. Tak tedy – jde o unikátní produkt Zdravotní pojišťovny ministerstva vnitra ČR, jejímž prostřednictvím se snaží působit na poli prevence i aktivnějšího přístupu k lidskému zdraví. Jak charakterizují Kartu života odborníci? Třeba takto:

„Při záchraně zdraví a životů není moc času hledat potřebné zdravotní údaje o pacientovi. KARTA ŽIVOTA mi jako záchranáři dává okamžitě informaci, kterou potřebuji. Výsledkem bude zdravý pacient, zachráněný pacient,“ řekl šéf pražské záchranky MUDr. Zdeněk Schwarz o novém produktu ZP MV ČR.

„Kromě toho, že KARTA ŽIVOTA pomůže lékařům záchran-ky získat rychlé informace o tom, zda je náš klient diabetik, epileptik či kardiak, jaké užívá léky a je-li na něco alergický, je Karta života užitečná i samotným klientům. Díky ní získají rychle a diskrétně výpis ze svého zdravotního účtu, tedy přehled o penězích, které za ně zaplatí pojišťovna lékařům,“ dodal generální ředitel ZP MV ČR Ing. Jaromír Gajdáček, Ph.D.

Co je KARTA ŽIVOTA?

- ✓ Informace v databázi ZP MV ČR, které dají klientům pojišťovny srozumitelné a rychlé odpovědi na otázky – kolik stojí má zdravotní péče, jaká jsem absolvovala vyšetření, jaké léky mám předepsané. Vše až tři roky zpět.
- ✓ Umožňuje klientům ZP MV ČR být spoluvůrcem přehledu o svém zdraví. Mohou do karty napsat důležité údaje o užívaných lécích, o tom, zda trpí chronickou nemocí či například alergií. Možnost osobních poznámek dává pacientům pouze Karta života ZP MV ČR.
- ✓ Díky Kartě života získá praktický lékař informace nezbytné k ještě efektivnější léčbě. Dozví se, jaké léky pacientovi předepsali jiní odborní lékaři a zjistí, zda jejich kombinací neohroží pacientovi riziko.
- ✓ Karta života je pomocníkem lékařů záchranné služby, kteří během chvilky zjistí, zda je pacient alergik, kardiak, epileptik či diabetik, jaké užívá léky, jaké závažné operace prodělal. Tyto okamžité a přesné informace o zdravotním stavu mohou přispět k ještě rychlejšímu a efektivnějšímu zásahu a v některých případech vést až k záchraně života.
- ✓ Přístup ke všem těmto informacím mají zúčastnění on-line. Okamžitě. Bez čekání. Čtyřicet hodin denně.

3 + 2 o KARTĚ ŽIVOTA

aneb tři plus dva důvody proč a jak si zřídit KARTU ŽIVOTA

PROČ



1 Výpis ze zdravotního účtu

Máte absolutně diskrétní kontrolu veškeré na vás vykázané zdravotní péče, aniž byste museli o tyto informace kdekoliž žádat



2 Správná a bezpečná léčba

Společně s praktickým lékařem můžete zefektivnit péči o své zdraví. Užíváte-li hodně léků, praktický lékař bude upozorněn na hrozící nebezpečí lékové interakce



3 Záchrana života

Karta života umožní bleskový, kvalifikovaný lékařský zásah v případě ohrožení vašeho života, kdy každá sekunda ztracená zjišťováním nezbytných informací rozhoduje o všem

JAK



4 Jak získat Kartu života

Pracovníci všech poboček ZP MV ČR vám při vaší návštěvě okamžitě vygenerují osobní PIN kód a heslo, vše vám také rádi vysvětlí. Všechny potřebné informace získáte rovněž na Infolince 844 121 121



5 Kde si zřídit Kartu života

Po získání PIN kódu si kartu života zřídíte na www.zpmvcr.cz v sekci [Karta života](#), kde vyplníte požadované údaje

Kterí pojištěnci by si měli zřídit Kartu života? Určitě všichni, kteří se rozhodnou přistupovat ke svému zdraví zodpovědněji než dosud. Stejně tak ti, kteří trpí nějakou vážnou nemocí. Pojištěnci, kteří často cestují do ciziny (k dispozici je i anglická verze). Také by ji měli pořídit rodiče dětí, kteří jezdí na školy v přírodě a různé tábory. S Kartou života pracuje posléze praktický lékař, kterého pojištěnec navštěvuje. Karta je, jak již bylo nastíněno, velkým pomocníkem pro pracovníky záchranky – odpovědný odborník záchranky vstupuje do databáze ZP MV ČR, protože je uzavřena na tyto kroky smlouva mezi pojišťovnou a záchrankami v působnosti všech krajů a hlavního města Prahy. Z údajů se během chvilky dozví o pacientovi významné informace, které mu poslouží hned v terénu k přesnější práci. Data jsou důkladně zabezpečena a chráněna. Nebojte se novinky – každý z nás se čas od času dostane do nesnázi. Pokud jde o zdraví, má přednost právě ono – v okamžicích pravdy s tím pak souhlasíme všichni. Karta života je příležitost pro vás – pomůže, až bude potřeba.

(tz, rix)