

P R O S P E R I T A

Madam Business®



Malinový šerbet

Václav Robert

Neptej se proč, neptej se jak?
Ale našel jsem tě pod malinovým keřem...
Zafoukal vítr a kuličky cvrnkaly do důlku na tvém těle.
Ústy, prsty, jazykem rychle vybírám, než utečou mi do trávy...
A malinová kapka běží ke koleni...
Inu, malinový šerbet...

Petra Kovandová

Mám to jako hru
str. 1, 10–11

rozhovor měsíce s Petrou Kovandovou,
majitelkou firmy Kovandovi s.r.o.
a značky Bon-Bon

McDonald's otevřel první McCafé v Praze

Začátkem prosince 2010 otevřela společnost McDonald's v Řepích první McCafé na území hl. m. Prahy. McCafé bylo vybudováno v rámci celkové rekonstrukce restaurace, která probíhala za částečně omezeného provozu od 30. září. Kromě rozšíření služeb o oblíbený kavárenský koncept McCafé přinesla rekonstrukce celkovou renovaci interiéru a navýšení kapacity jak vnitřních, tak venkovních prostor pro hosty.

„Kavárenské služby McCafé nabízíme našim zákazníkům ve vybraných restauracích McDonald's v České republice již rok a půl. McCafé v Praze Řepích je naším jubilejním desátým. Káva je v Čechách velmi oblíbeným nápojem a stejně jako ve světě se i v České republice setkala McCafé s úspěchem. Jsem rád, že jsme se v našem záměru přinést nový kavárenský koncept nezmýlili,“ uvedl Radek Janalík, generální ředitel



McDonald's ČR a SR. V restauraci pracuje nově celkem 49 zaměstnanců, z nichž 9 jsou profesionálně vyškolení baristé McCafé. McDonald's s McCafé v Řepích na rohu ulic Makovského a Skuteckého provozuje na základě licence McDonald's samostatná podnikatelka paní Daniela Bártová.

Kavárny McCafé nabízejí kávové speciality (18 druhů), šest druhů čajů a výběr ze 17 prvotřídních dezertů. Nejen díky své pestré nabídce a prvotřídní chuti, ale také díky unikátní atmosféře McCafé naplňují očekávání i největších příznivců tradičních kaváren. Koncept kaváren McCafé vznikl v roce 1993, kdy bylo otevřeno první McCafé, a to v australském Melbourne, v Evropě tento koncept jako první představilo na konci 90. let Irsko. Dnes jsou kavárny McCafé po celém světě i v ČR.

(tz)

Odhalte své mladší já

Společnost Amway Česká republika přichází na trh s jedinečnou novinkou zaměřenou na luxusní péči o pleť. Jedná se o ARTISTRY™ Obnovující peeling určený ke snadné regeneraci pokožky. ARTISTRY™ představuje řadu exkluzivních produktů společnosti Amway, která se řadí mezi pět nejprodávanějších a nejprestižnějších značek světa.* Značka ARTISTRY™ má za sebou již více než čtyřicetiletou tradici a její výrobky jsou neustále vyvíjeny na základě nejmodernějších technologií.

ARTISTRY™ Obnovující peeling je určen k obnovování pokožky, která je po aplikaci hladší a svěžejší. Přípravek působí intenzivně a rychle. Už po jediné osmiminutové aplikaci pocítíte, že je vaše pokožka hebká, zářivější, hladší a na dotek jemnější. Klíčovou složkou přípravku je výtažek z houby Mucor Miehei, původem z Japonska. Jedná se o jedinečný houbový enzym, který napodobuje přirozené exfoliační procesy pokožky. Tradiční exfoliační peelings a chemické látky mohou někdy proniknout vrstvami živých buněk a způsobit podráždění a zarudnutí. Přírodní enzym, který je součástí ARTISTRY™ Obnovujícího peelingu, má ale nízké pH a pracuje pouze na povrchu pleti. ARTISTRY™ obsahuje také olej ze semen šalvěje španělské od Nutrilite™ a tokoferyl acetát vitamínu E, které přispívají k regeneraci pleti po peelingu. Obnovující peeling se přizpůsobuje přirozenému pH pokožky, neutralizuje ji, aniž by poškodil čerstvé, zdravé buňky. Přizpůsobí se jedinečným vlastnostem pleti každé ženy.

Převratné výsledky

Přípravek na obličej nenecháváme, je nutné jej opláchnout. Nejlepších výsledků dosáhneme při použití dvakrát týdně, přičemž přípravek nepoužíváme ve dvou po sobě následujících dnech. Testy mezi spotřebitelkami dokázaly, že 93 % žen, které použily nový ARTISTRY™ Obnovující peeling, bylo velmi spokojeno a považovalo svou pokožku za hebkou již po prvním použití. Aby bylo sníženo riziko výskytu alergické reakce, byl peeling testován pod odborným dohledem dermatologa. Testovací „100-steps formula“ je tak převratná, že již získala americký patent. Mezi hlavní počáteční přednosti patří větší hladkost, vyšší hydratace a jemnější textura pleti. Po šesti týdnech aplikace přípravku dvakrát týdně jsou patrné další příznivé účinky na stárnoucí pleť – zpevnění, projasnění, vyhlazení drobných vrásek a redukce skvrnek souvisejících s věkem.

Doporučená MOC: 1930 Kč

více na www.amway.cz



*Dle údajů společnosti Euromonitor z roku 2009

Svět jazyků Channel Crossings

Myslel jsem si, že připravit rozhovor s jazykovou agenturou Channel Crossings nebude těžké. Když jsem však otevřel její webové stránky, byl jsem rychle vyveden z omylu. Agentura disponuje tak širokým rozsahem činnosti od výuky a vzdělávání přes překlady a tlumočení až k pobytům v zahraničí, že jsem ihned musel zúžit předmět svého zájmu. Rozhodl jsem se, že se v rozhovoru s majitelkou společnosti Lenkou Doležalovou Pavilkovou soustředím pouze na výuku a vzdělávání firemních klientů.

Channel Crossings

Nabízíte firemní kurzy „šité na míru“. Co si pod tím představíte?

Kurzy „šité na míru“ vycházejí z individuálních potřeb klienta. Běžný postup při zařizování takového kurzu je následující: provedeme vstupní analýzu současného stavu výuky a získáme představu klienta. Na jejich základě navrhneme případné změny, dohodneme se s klientem na cílech výuky (specifikace dle pracovního zařazení zaměstnanců – kompetenční profily atp.) a časovém horizontu pro dosažení těchto cílů. Po úvodním diagnostickém testování (nejlépe formou jazykového auditu), vyhodnotíme stávající úroveň znalostí a na základě tohoto hodnocení dále upravujeme a specifikujeme cíle výuky, připravíme učební plán a dohodneme se na systému hodnocení a kontroly pokroku ve výuce. Zároveň stanovíme způsob komunikace se zodpovědnou osobou na straně klienta, nastavíme systém administrativního zpracování potřebných dat a dohodneme se na dalších technických a logistických podrobnostech. Klient tak získává kurz podle svých představ a je i více zainteresovaný na jeho průběhu.

Jste zapojeni do projektů Ministerstva práce a sociálních věcí ČR „Vzdělávejte se“ a „Školení je šance“. Co od toho mohou podniky a zaměstnanci očekávat?

Tyto projekty jsou určeny pouze pro podniky se sídlem mimo Prahu, proto se do nich může naše organizace zapojit pouze v roli dotačního poradce a případného zpracovatele žádosti či administrátora schváleného projektu. Příležitost získat finanční podporu na vzdělávání a další osobní a profesní růst vlastních zaměstnanců již využila celá řada českých podniků. Obě dotační příležitosti nabízejí jak možnost zvýšení kvalifikace zaměstnanců, posílení udržitelnosti pracovních míst, tak i příspěvek na náhradu mzdy. V době hospodářské krize, kdy mnoho podniků muselo omezit výdaje v oblasti rozvoje lidských zdrojů, byly tyto projekty vítanou pomocí.

Zaujalo mě také propojení Channel Crossings s evropskými fondy. Jaké výhody přináší?

Mezinárodní i domácí projekty podporované z evropských dotací realizujeme již od roku 2005. Díky nim jsme například zavedli ve firmě systém managementu jakosti ISO 9001 a v současnosti čerpáme podporu na zvyšování kvalifikace a rozvoj profesních dovedností našich zaměstnanců. Dotace jsme také využili pro vybudování centra dalšího vzdělávání pro maminky na mateřské, pro které v naší radotínské pobočce připravujeme vzdělávací kurzy a zajišťujeme také bezplatné hlídání dětí. Máme také velmi dobrou zpětnou vazbu od učitelů základních a středních škol, pro které realizujeme již třetí projekt zaměřený na metodologii výuky. Těchto vazeb bychom chtěli v budoucnu využít pro rozvíjení užší spolupráce jak se školami, tak i dalšími vzdělávacími institucemi. Na poli mezinárodních projektů se můžeme pochlubit tím, že jako jedni z mála v ČR koordinujeme multilaterální projekt progra-

mu Celoživotního učení, kde spolupracujeme s partnery ze čtyř evropských zemí. Naši lektori a metodici tak získávají přístup k zahraničním zkušenostem a novým trendům v oblasti vzdělávání. V neposlední řadě přináší zapojení do projektů také možnost prezentace na nejrůznějších konferencích a workshopech a budování dobrého jména firmy.

S nejvyšší kvalitou služeb Channel Crossings je spojen i pojem jazykový audit, jak jste zmínila. Jedná se o auditovanou výuku, získané znalosti a dovednosti, nebo o celý systém jazykové školy?

Jazykový audit nehodnotí výuku jako takovou, ani systém jazykové výuky, která v příslušné organizaci probíhá, ale testuje aktuální stav jazykových znalostí a dovedností účastníků auditu. Jedná se o nezávislé a komplexní zhodnocení základních jazykových dovedností (čtení, psaní, poslech a mluvený projev). Výstupem je přesné určení aktuální úrovně podle Společného evropského referenčního rámce pro jazyky (SERR/CEFR), časový plán pro postup do vyšší úrovně a nastavení plánu jazykového vzdělávání pro firmu. Výhodou jazykového auditu je jednotnost a jasná měřitelnost výstupů – je to ideální nástroj pro vyhodnocení efektivity výuky, stanovení priorit v dalším jazykovém vzdělávání a v neposlední řadě i úsporu nákladů.

Vášim maskotem se letos stala komba ušatá. Proč jste tuto sympatickou opičku adoptovali a jak se o ni staráte?

Na sklonku loňského roku jsme se rozhodli pro zaslání elektronické novoročenky místo tradiční papírové formy a ušetřené finanční prostředky využít „na dobrou věc“. Klienti měli možnost společně s obdrženým přáním vybírat maskota Channel Crossings pro rok 2010 ze tří „obyvatel“ pražské ZOO. Nejvíce hlasů získala komba ušatá, kterou jsme adoptovali a pravidelně přispíváme na její stravu a péči. Kromě tohoto projektu spolupracujeme ještě s Nadací Terezy Maxové a do budoucna máme v úmyslu podobné aktivity i nadále podporovat.

připravil Pavel Kačer
foto Jaroslav Fišer





Sny a nedefinovatelné štěstí

Kolik z nás má sny? Nemyslím ty, s nimiž se probouzíme k ránu jako z hororu, ale takové ty na dlouhý běh, víze i malá nepodstatná přáníčka. Věřím, že každý člověk, který se naučil přemýšlet sám o sobě, ale i o druhých, takové sny má. Ženy, které zdobí slovíčko podnikatelka nebo manažerka, mají snů tolik, že by se těžko daly spočítat. Jsou to iluze, víze nebo jen nápady, které by měly spatřit světlo světa, a touha něco změnit. Coś mezi tím, jakýsi propletenec chtění, který se postupně dostává do firemních strategií a plánů. Nikdy nekončí řada nutkání něco udělat, kde často vítězí emoce nad rozumem, intuice nad matematikou finančníků. O tom, kterou z takových žen nakonec proslaví báječný výrobek, služba nebo skvělá image podniku, rozhodne nejen ta snaha něco dokázat, nejen ta houževnatost něžné poloviny lidstva, píle a pracovitost, odvaha i svědomitost, ale i ten kousek nedefinovatelného štěstí, s nímž v těch snech jaksi mimoděk přece jen počítáme. Ne každá z nás to přizná, všechny se musíme chovat jako přísní ekonomové. Ale řekněte – cožpak bez těch dobrodružných snů bychom to byly my?

vaše Eva Brixi



Tip Grady

Kdo by nechtěl být perfektní? Doma, ve společnosti ostatních lidí a zvláště v práci? Přesto nelze perfektnost ztotožnit s úspěchem a snaha být perfektní v práci škodí. Dočtete se, proč perfekcionismus není žádoucí, ale je důležitější si správně určit priority, co je dostatečně dobré, jak se vyvarovat stresu a nebát se chyb, proč si věci nekomplikovat nebo jak nejlépe využít čas. Díky této knížce s mnoha cvičeními a testy budete

produktivní a výkonní i bez perfekcionismu.

partneři www.madambusiness.cz

Amway

www.amway.cz

mojetelevize.cz

www.mojetelevize.cz

OREA
HOTELS

www.orea.cz

UniCredit
Leasing

www.unicreditleasing.cz

ng

www.ngprague.cz

steilmann

www.steilmann.cz

resort
SVATÁ KATEŘINA

www.katerinaresort.cz

KIA
KIA MOTORS
The Power to Surprise™

www.kiamotors.cz

MA FAS
SECURITY SERVICE s.r.o.

www.mafas.cz

Švamberk

www.svamberk.com

Original
ATOK
Aromaterapy cosmetics

www.originalatok.cz

ZTS

www.zts.cz

LG
Life's Good

www.lg.com

REGINA
KOSMETIKA

www.reginakosmetika.cz

Templarské

www.templarske-sklepy.cz

LADY MODA

www.ladymoda.cz

SLŮNE

www.slune.cz

VOX
kurzy, semináře
rekvalifikace

www.vox.cz

AB
COSMETICS

www.ab-cosmetics.com

ECONOMY
RATING

www.economy-rating.cz

COOP
CENTRUM

www.coop.cz

Cetelem

www.cetelem.cz

Prosperita Madam Business

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 4, prosinec 2010

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

obchodní ředitel Martin Šimek, mobil: 606 615 609

design: Věra Vinterová a Karel Švihel

zlom: Karel Švihel, korektury: Mgr. Pavla Rožničková

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

Placené textové materiály jsou označené grafickým symbolem



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

► **Petra Štumpfová, tisková mluvčí, CEBIA**

Nejdřív propadám panice, ale pak si vzpomenu na babičku, která mi vždycky říká: „Práce není zajíc, neuteče!“ Dojdu si pro kafe, udělám si pořádek na stole, sepíšu si hlavní úkoly na papír a začnu je podle důležitosti a termínů zpracovávat. Co nespěchá, odložím na později, nepřijímám schůzky, které mohou počkat. Nezabývám se zbytečnostmi. Pak si taky řeknu, že na všechno tady nejsem sama a rozdělím práci mezi kolegy. Nic není tak horké, jak se zdá, a všechno se nakonec dá zvládnout. A žena zvládne všechno! Samozřejmě to ale znamená, že pracovní doba má někdy více jak 8 hodin denně. A abych ty síly zase nabrala, tak pravidelně chodím na skupinu Veselé skoky do divadla v Celně. To je nejlepší motor do další práce.



Co oceňujete na podnikatelkách a manažerkách?

► **MUDr. Michael Vít, hlavní hygienik ČR**

Historicky byli manažery muži. Dodnes ještě v nás přežívá názor z Rakouska-Uherska, že žena má stát u plotny, vydělává manžel. Musím zdůraznit, že žen na odpovědných místech si nesmírně cením. Jsou velmi kreativní. Oproti nám mužům mají tu krásnou vlastnost se domluvit. Vnímají názor druhého a neberou ho, když je nesouhlasný, jako nepřátelský. Umí nalézt kompromisní stanovisko a především kultivují manažerský svět mužů.

Informace do kabelky

Kolize se zvířaty

Škoda na vozidle v případě srážky se zvířetem velikosti srny se obvykle pohybuje v řádu desítek tisíc korun. Ke konci roku bývá těchto nehod nejvíce. Odpovědnost za škodu na vozidle nese vždy jeho vlastník, a proto DIRECT Pojišťovna řidičům nabízí havarijní pojištění s krytím škod vzniklých kolizí se zvířetem v ceně. „V souvislosti s kolizemi řidičů se zvířaty řešíme nehody, které dosahují desetitisícových částek, výjimkou nejsou ani zranění posádky. DIRECT Pojišťovna proto řidičům v rámci havarijního pojištění nabízí krytí škod vzniklých kolizí se zvířetem. Klienti si mohou navíc uzavřít také úrazové pojištění, které se vztahuje na všechny členy posádky,“ sdělil Pavel Hašek, manažer likvidace pojistných událostí DIRECT Pojišťovny. Řidiči by si měli uvědomit, že volně žijící zvíře přebíhá vozovku většinou ve skupině. Toto podcenil i jeden z klientů DIRECT Pojišťovny, kterému přes cestu přebíhalo několik divokých prasat, i přes intenzivní brzdění se mu nepodařilo vyhnout poslednímu v řadě a narazil do něj. Na vozidle Toyota RAV došlo k poškození levé přední strany vozidla, tj. levé přední stěny, chladiče, nárazníku, výztuhy nárazníku, levého předního světlometu, levého předního nosníku, škoda byla vyčíslena na 110 000 Kč. Výše škody se odvíjí jednak od rozsahu poškození a dále od značky a typu vozidla. Stejná škoda na vozidle Škoda Fabia by činila zhruba 70 000 Kč, na Octavii cca 90 000 Kč. Ani střet s menším zvířetem není bez následků, např. střet Fabie se zajícem může způsobit škodu kolem 30–40 000 Kč, a pokud se vozidlo po střetu dostane mimo vozovku, škoda ještě naroste. Klienti DIRECT Pojišťovny s uzavřeným havarijním pojištěním se v případě kolize se zvířetem mohou obrátit na pojišťovnu, která jim vzniklou škodu uhradí. Pojištění střetu se zvířaty je součástí havarijního pojištění DIRECT Pojišťovny v riziku havárie.

(tz)

s Kateřinou Klosovou

Kompletní kancelář na cestách

Společnost Motorola Solutions CZ s.r.o. představila zajímavou novinku z řady Enterprise Digital Assistant, kterou je zařízení Motorola ES400. Umožňuje profesionálům pohybujícím se na cestách, u zákazníků, při práci kdekoli v terénu, příjem a rychlé zpracování informací – to vše v malém, kompaktním, lehkém, dostatečně odolném a moderními technologiemi doslova nabitém zařízení.

O bližší informace o novém produktu, který ocení manažeři a další pracovníci v řadě profesí a oborů, jsme požádali Kateřinu Klosovou, která zastává pozici Channel Account Manager pro Českou a Slovenskou republiku společnosti Motorola Solutions CZ s.r.o.:



Jak by se daly stručně charakterizovat výhody a přednosti nového organizéru?

Je to odolný digitální asistent, nejmenší podnikový terminál z dílny Motorola Enterprise Mobility. Je optimalizovaný pro intenzivní práci s daty a hlasem v terénu, kde umožní svým majitelům být neustále v kontaktu se zákazníky prostřednictvím e-mailů, ale také se společností v rámci přístupu do podnikových systémů.

Které technické pomůcky a zařízení, jež manažeři dnes používají, zmíněná ES čtyřstovka nahradí?

Zařízení v sobě kombinuje funkce počítače, telefonu, diktafonu, navigace, snímače čárového kódu a fotoaparátu do jednoho odolného systému.

Jako servisní pracovník potřebuji na místě obratem zjistit řadu provozně-technických informací, jak mi digitální asistent pomůže?

Toto je záležitost aplikační. Pokud si zákazník přeje, aby jeho zaměstnanci v terénu byli schopni tyto informace získávat online, dojde k instalaci mobilního klienta na jednotlivá zařízení. Po zadání vašeho dotazu pak zařízení online prostřednictvím GPRS nahlédne do firemního systému a zobrazí všechny dostupné detaily daného místa a zařízení.

Pro které profese a obory je využití digitálního asistenta nejpřírodnější?

Jsou to všichni lidé, kteří musí být při své práci v pohybu. Mluvili jsme o servisních pracovnících, ale také obchodníci, marketéři, finanční poradci či likvidátoři pojišťoven a podobně.

A co může ES400 přinést běžnému uživateli?

Běžný uživatel, myslím, ocení kromě všech technických vymožeností především odolnost zařízení při

pádech a IP krytí 42. To znamená, že zařízení je chráněno proti prachu a vodě, tedy je opravdu pro práci v terénu.

Motorola již delší čas nahrazuje běžné záruční podmínky zcela novým smluvním systémem se zákazníkem. Na jakém principu je postaven a čím je tak výhodný pro klienta?

Motorola centralizuje všechny své opravy v servisním centru v Brně tak, abychom zákazníkům poskytli co nejvyšší kvalitu a standard oprav. Zákazník má možnost si spolu s HW v okamžiku nákupu koupit i tzv. Servisní balíček, který má jasně stanovenou cenu na tři roky a kryje jak běžné opotřebení, tak i fyzické poškození. Zná tak přesně celkové náklady na jednotku po plánovanou dobu používání.

Vystačí napájecí baterie výkonem pro celodenní práci s organizérem? A jaká je jeho předpokládaná životnost?

Spotřeba energie v zařízení je samozřejmě dána počtem aplikací, které jsou spuštěny, a množstvím dat

a frekvencí jejich přenosu. Přístroj je vybaven funkcí řízení výkonu, která pomáhá významně snižovat spotřebu energie. Doba hovoru u ES400 je 6 až 12 hodin podle typu použité baterie.

Jak je zajištěna bezpečnost přenosu dat a jak je to s odolností zařízení proti prachu, otřesům a pádu?

Bezpečnost přenosu dat je standardně zajišťována instalací VPN klienta a přístroj je testován z hlediska odolnosti na pád z výšky čtyř stop, tedy 1,22 metru.

S jakou cenou má případný zájemce počítat?

V přepočtu jde asi o patnáct tisíc korun.

otázky kladl Jiří Novotný

Kateřina Klosová



České podnikatelky promlouvají příběhem a vítězstvím

OCENĚNÍ
ČESKÝCH
PODNIKATELEK **OCP**

Zakladatelské společnosti Mazars a Agentura Helas zveřejnily 3. listopadu jména vítězek letošního ročníku soutěže OCENĚNÍ ČESKÝCH PODNIKATELEK – OCP. Poprvé se oceňovala tři přední místa v každé ze základních kategorií a nově byla ohodnocena i kategorie „Výjimečný růst firmy“.

„Zajímá nás životní filozofie, ale i manažerské a obchodní metody žen, které jim pomohly dosáhnout úspěchu. Chceme jim vyjádřit uznání a využít jejich příkladu pro podporu všech žen ať už aktivně činných, či těch, které sbírají odhodlání a sílu ke svým prvním či dalším novým projektům,“ řekly zakladatelky projektu Jana Švenková a Helena Kohoutová. Účastníkem soutěže mohla být pouze osoba, která splnila tři základní kritéria: nominovaná podnikatelka je česká občanka, 100% majitelka společnosti založené nejpozději k 1. lednu 2006. Do soutěže mohla být česká žena nominována na základě finanční analýzy veřejně dostupných údajů všech společností v České republice (100% vlastněné ženou a s počtem více než 10 zaměstnanců) zpracovaných odborným garantem, prestižní společností CCB-Czech Credit Bureau, a. s., specialistou v oblasti ratingu a scoringu firem. Vítězka předchozích ročníků se může do soutěže přihlásit nejdříve za následující 3 roky. Hodnocení registrovaných finalistek v kategoriích malá, střední a velká společnost proběhla ve dvou rovinách. První bylo ekonomické hodnocení, které má váhu 70 % a vychází z finančních ukazatelů (Index CCB, Score CCB a další definované finanční ukazatele) a jejich porovnání s průměrem v daném oboru dle klasifikace OKEČ, tedy s výsledky firem jako takových v dané kategorii. Druhou rovinou bylo hodnocení společenského přínosu s váhou 30 % a prováděla je porota. Na základě poskytnutých informací CCB zjistilo, že jednou z hlavních charakteristik finalistek letošního ročníku OCP je systematické sledování jejich konkurence. Pouze 17 % finalistek kategorie malá firma, a dokonce jen 8 % finalistek kategorie střední a velká firma uvedlo, že konkurenci sledovat nepotřebují. O něco vyšší procento finalistek uvedlo, že nesledují (nemonitorují) portfolio svých odběratelů. Těm, které své odběratele pravidelně sledují, je snad možné vytknout pouze to, že pro tuto činnost nepoužívají dostatečně sofistikované nástroje, ale spíše se snaží získat informace z různých zdrojů.



Helena Kohoutová předává ocenění Haně Eckertové z firmy Clarkson CZ

V rámci soutěže byly uděleny ceny v těchto kategoriích:

V první kategorii „Česká podnikatelka, která podnik vlastní a řídí“ se udělovaly ceny za první až třetí místo v podkategoriích malá firma (10–24 zaměstnanců), střední firma (25–99 zaměstnanců) a velká společnost (100 a více zaměstnanců).

Ve druhé kategorii „Cena GE Money Bank – Výjimečná podnikatelka“ se hodnotil zvláštní přínos firmy bez ohledu na počet zaměstnanců. Byla udělena jedna cena. Patronem ceny se stala společnost GE Money Bank, která byla generálním partnerem soutěže.

Novinkou byla třetí kategorie „Výjimečný růst firmy“, která hodnotila výjimečný růst nebo rozvoj činnosti firmy za poslední tři sledované roky bez ohledu na kategorii, v níž je firma zařazena. Cena poukazuje na jedinečný vývoj některých firem i v době ekonomické krize. Patronem ceny se stala společnost MasterCard, která byla hlavním partnerem soutěže.

„Společnost MasterCard si vždy vážila osobností, které díky své usilovné práci a pracovnímu nasazení dokázaly uspět v nestálém podnikatelském prostředí a podařilo se jim

rozvíjet firmy tím správným směrem. O to více, když těmi úspěšnými osobnostmi jsou právě české podnikatelky. Díky této soutěži si mohou ambiciózní ženy uvědomit, že jejich náročná práce nezůstala bez povšimnutí a že jejich cit pro podnikání může být v mnoha směrech inspirativní pro řadu dalších žen i mužů. Rozhodně si tedy zaslouží náš zájem, obdiv a úctu,“ sdělil Brian Lang, generální ředitel MasterCard Europe pro Českou republiku a Slovensko. Soutěž byla založena v roce 2008. Jejím cílem je podpora českých žen, podnikatelek. Umožňuje ocenit ženy jako osobnosti a poukázat na významné projekty nebo inovace v různých oborech, které české firmy pod jejich vedením přinášejí na český nebo evropský trh. Klade si zároveň za cíl vyzdvihnout a šířit úspěchy žen dosažené v podnikání při respektování nepsaných mravních norem vzájemného obchodu. „Z prvního výběru vhodných kandidátek vzešlo 8878 potencionálních kandidátek. Po další selekci dle kritéria existence finanční závěrky ve sbírce listin a zároveň s počtem zaměstnanců od 10 výše bylo vybráno 213 vhodných kandidátek. Z nich se do semifinále dostalo 133 společností. Výsledek obdobného finálního počtu jako v předchozích ročnících, a to i v době krize, poukazuje na růst počtu zaměstnanců a také na vyšší úroveň transparentnosti (předávání závěrek)

- firem vlastněných ženami, což je vynikající zjištění," uvedl Ing. Pavel Finger, MBA, reprezentant společnosti CCB-Czech Credit Bureau, a. s.

Výsledky 3. ročníku soutěže

Kategorie malá společnost:

Zvítězila Hana Eckertová, společnost CLARKSON CZ, s.r.o., Brno.

Historie jména CLARKSON sahá až na samý počátek minulého století do Anglie, kde působil závod pro výrobu obráběcích nástrojů založený panem Frankem Clarksonem. Patentem chráněný upínací systém vyráběné vysoce precizní a produktivní nástroje katapultovaly společnost mezi nejvyhledávanější dodavatele obráběcích nástrojů v Evropě a to především v oblastech automobilového a leteckého průmyslu. Velká pozornost se věnuje vývoji nových řezných materiálů, geometrií a povlaků. Samostatná společnost CLARKSON CZ, s.r.o. vznikla 1. 6. 2004 jako zastupitelská pobočka mateřské společnosti CLARKSON GmbH. Důraz klade na vysokou kvalitu a výkonnost nástrojů, jejich využití nejen ve velkosériové výrobě, ale i v oblasti výroby kusové s možností dodání speciálních nástrojů, optimalizace výrobních procesů, dodávání kompletních výrobních technologií na zakázku apod.

Na druhém místě stanula Dagmar

Prošková, společnost COMÉLIA

CONSULT MOST s.r.o., Most.

Hlavním předmětem činnosti společnosti COMÉLIA CONSULT MOST s.r.o. je pronájem a správa nemovitostí. Mezi vedlejší činnosti patří provozování akreditované agentury práce – vyhledávání a zprostředkování pracovních příležitostí pro uchazeče o zaměstnání v oblasti Ústeckého kraje, pracovní a bilanční diagnostika klientů, psychologické a právní poradenství a vzdělávání v rekvalifikačních kurzech. S Úřadem práce v Mostě také spolupracuje při tvorbě a realizaci rekvalifikačních kurzů a vzdělávacích programů pro nezaměstnané v rámci Aktivní politiky zaměstnanosti.

Třetí místo patří Mgr. Margaritě Špalkové, společnost Praktik Papír s.r.o., Ostrava.

Firma vznikla odkoupením maloprodeje Ospap v roce 1998. Velkou výzvou bylo dohnat zanedbaných 8 let oproti ostatním, kteří zkušenosti získávali již od roku 1990. Z necelých 200 m² postupně vznikl samoobslužný obchod

s papírem a obaly o ploše 1000 m² se službou řezání papíru, výroby vizitek a propagace firem. Jejich zákazníci jsou malé, střední a větší podnikatelské subjekty a organizace státního rozpočtu.

Kategorie střední společnost:

Zvítězila Anastázie Skopalová, společnost Cosmetics ATOK International s.r.o., Trnava.

Firma se od roku 1997 zabývá vývojem, výrobou a prodejem přírodní aromaterapeutické kosmetiky pod značkou Original ATOK. Mezi její výrobky patří široká nabídka kosmetických produktů vhodných pro všechny věkové kategorie, koupelové a sprchovací oleje, krémy, masážní oleje, přípravky na vlasy, krémy, preparáty intimní hygieny, éterické a rostlinné oleje.

Na druhou příčku dosáhla Iveta Kotenová, společnost DAMA spol. s.r.o., Praha.

Firma zajišťuje veškeré hutní a spojovací materiály, včetně jejich úprav a dopravy. Disponuje odborným personálem a velkými skladovými prostory. Díky dlouhé existenci společnosti (od 1995) se v oblasti hutních a spojovacích materiálů prezentuje vysokou odborností a četnými zkušenostmi. Nabízí široký sortiment zboží a v rámci poskytovaného servisu provádí četné související služby, například dělení, ohýbání nebo vrtání plechu.

Třetí místo patří Ing. Dagmar Proškové, společnost Rekvalifikační a informační centrum s.r.o., Most.

Předmětem činnosti společnosti je pořádání odborných kurzů, školení a jiných vzdělávacích akcí, včetně lektorské činnosti. Zaměřuje se zejména na vzdělávací akce pro uchazeče o zaměstnání evidované úřadem práce. S Úřadem práce v Mostě také spolupracuje při tvorbě a realizaci rekvalifikačních kurzů a vzdělávacích programů pro nezaměstnané. Rekvalifikační a informační centrum vzniklo v roce 1999 jako součást Soukromé střední školy pro marketing a ekonomiku podnikání s.r.o.

Kategorie velká společnost:

Zvítězila Ing. Ivana Šachová, společnost SILEX spol. s.r.o., Praha.

Firma Silex byla založena v r. 1990 jako firma zabývající se vývozem textilní metráže. Od r. 1991 vyrábí pod vlastní značkou SCANquilt přikrývky a polštáře. Z velkoobchodního

distributora a výrobce bytového textilu v tuzemsku se stala firmou, která postupně před 10 lety začala budovat síť vlastních maloobchodních prodejen. Za posledních 6 let jich vybudovala a otevřela 25, celkem jich nyní provozuje 36 v celé ČR s kompletním sortimentem bytového textilu. Zakládá si na kvalitě materiálů, originalitě vzorů a velkým výběru kvalit i rozměrů.



Jana Švenková blahopřeje k umístění Margaritě Špalkové z firmy Praktik Papír

Druhé místo patří Ing. Kamile Kleiblové, KLEIBLOVÁ s.r.o., Ostrava, třetí místo náleží Ing. Ivaně Malivojevič, společnost McPartners, s.r.o., Praha

Obě dámy jsou majitelkami franchisey MacDonald, systému rychlého občerstvení působícího po celém světě (přes 30 000 restaurací ve stodešeti zemích světa). Kamila Kleiblová vybudovala a provozuje čtyři provozovny v Ostravě, Olomouci a Opavě, paní Malivojevič čtyři provozovny v Praze.

Cena GE Money Bank

– Výjimečná podnikatelka

Vítězkou kategorie se stala Jaroslava Rosová, společnost SABBIA s.r.o., Prachovice.

Stavební společnost SABBIA s.r.o. vznikla v dubnu 1994. Zajišťuje rekonstrukce stavebních objektů, zateplování budov, dodává stavby na klíč, od základů po veškerá řemesla. V roce 2006 byla firma vyhodnocena Svazem podnikatelů ve stavebnictví ČR vítězem soutěže o titul „Stavební firma roku 2005 v kategorii do 25 zaměstnanců“. Firma je v rámci programu Zelená úsporám od 20. 5. 2009 zařazena na Seznam odborných dodavatelů (SOD) v oblasti zateplování budov. Program podporuje Ministerstvo životního prostředí ČR, správce Fondu životního prostředí, z něhož jsou prostředky poskytovány. GE Money Bank oslovily výběrné hospodářské výsledky firmy Sabbia paní Jaroslavy Rosové, kterých dosahovala i v nesnadné době ekonomického útlumu v letech 2008 a 2009. Banka ocenila také její odvahu podnikat v oboru, kterému dominují tradičně hlavně muži.

V kategorii Výjimečný růst firmy pod patronací MasterCard zvítězila Lenka Olmrová, společnost Sicar, spol. s r.o., Praha.

Firma Sicar spol. s r.o. byla založena v roce 1993. Od samého začátku je především výrobcem sanitních vozidel. Od roku 2005 má firma svoje vlastní výrobní prostory s kapacitou cca 500 sanitních vozidel ročně. Nové prostory umožňují vyrábět i další typy speciálních vozidel v různých úpravách. Dnes již firma dodává sanitní vozidla do dalších zemí, např. Německa, Rakouska, Švýcarska, Slovenska, Sýrie, Ruska, Belgie, Skandinávie, Rumunska, Holandska atd.

(tz)



A to jsou porotci soutěže

Naše firma je můj druhý domov

Už dvakrát jsem měla tu čest zavítat do firmy AC-T servis v Praze. Nelituji toho. Naša jsem tu vždy zvláštní klid a pohodu, vyrovnanost a hrdost nad výsledky. To je inspirativní, člověka to naladí na optimistickou vlnu. Dokáží to ocenit. Vážně.

AC-T servis vyrostl z prostého nápadu nakupovat kliky a dveřní kování, kompletovat dodávky a jimi zásobovat prodejny, stavební a další firmy. Byla to vlastně činnost takřka-jíc náhradní za tu, kterou rozvíjela majitelka Jana Erbová předtím. Vedla účetní a daňový servis, toto podnikání před lety založila kvůli možné spolupráci s jednou izraelskou společností v době mateřské dovolené. S tou se posléze rozešla, zůstala jí firma s názvem, ale na chvíli bez náplně činnosti. A tak jako žena na mateřské dovolené přemýšlela, co dál. Když už je firma na světě, a není tak zcela neznámá, a měla řadu dobrých klientů, bylo by škoda ji utlumit a zakládat jinou. Stačilo tedy dodat nový obsah. Prostě místo účetnictví kliky. Tato jediná kontinuita zní sice dosti výstředně, ale... I absurdity vás někdy šikovně prodají, ostatní pobaví. Dnes Jana Erbová vzpomíná na rozhodnutí ponechat název AC-T servis jako na nejlepší volbu. Novou společnost to jen posunulo kupředu. Lidi a firmy ji totiž znali, vraceli se. Bylo to o důvěře, i když o zcela odlišné nabídce.

Když byste měla představit vaši firmu ne čísly, ne zaměřením, ale srdcem, pocity, přáním – jak byste ji charakterizovala?

Naše firma je můj druhý domov. Je to také moje další miminko. Citový vztah zapřít nemohu. Původně jsme začínali v budoucím dětském pokoji rozestavěného rodinného domku, pak jsme přibrali ještě garáž. Když přibýli zaměstnanci, tak už jsme museli pronajmout kancelář. Sklad jsme měli v jedné budově bývalého statku na kraji Prahy. Byl tam nízký nájem, bylo to finančně výhodné. Postupně to však přestalo vyhovovat – kancelář a sklad jinde. Potřebovali jsme mít vše na jednom místě, a to se nám podařilo sjednotit v dalším roce. Firma se nastěhovala do jednoho objektu v Horních Počernicích v Praze 9, kam to máme s manželem z domova blízko. Naším sídlem je dnes hala, jež byla před lety na prodej. Intenzivně jsme tehdy sháněli úvěr, chtěli jsme ji koupit. I když jsme však generovali zisk, včas vše platili, a naše účetnictví skýtalo dosti záruk, nebyly banky ochotny nám vyjít vstříc. Nakonec se to podařilo, ale zkušenost to byla ne zrovna povzbudivá. Takže od roku 2004 jsme zde, nepřijemnosti jsme přestáli a prostory pro práci jsme získali. Museli jsme však splácet a žádné velké investice

jsme si na čas nemohli dovolit. Trochu nás mrzelo, že si někteří obchodníci mysleli bůhvíco, když za námi do Počernic přijeli, ale nedalo se nic dělat. Věděli jsme, že musíme čekat. Sázeli jsme a sázíme na to, co umíme, a na to, že podnikáme poctivě a slušně, že máme co nabídnout a že máme dlouhodobé vztahy s obchodními partnery.

Což znamená...

Dnes máme 22 zaměstnanců včetně manžela i mne, jsme docela prima kolektiv, v němž spoléháme jeden na druhého. Pro mne jsou naši lidi i nové nynější prostory opravdu srdeční záležitost, hodně si zakládám na dobré komunikaci, jde mi o to, aby měli všichni pocit, že nám práce jde a že se takto dokážeme uživit. Navíc jedním z prvních zaměstnanců byl můj tatínek, který seč v důchodovém věku, byl rád mezi lidmi. Pomáhal nám třeba jen pár dnů v týdně, alespoň se doma nenudil a byl tím, kterého jsme právě tímto způsobem dokázali optimálně využít. Zabýval se rozvozem zboží. I naše děti sem chodí na brigádu, aby firmu poznaly a věděly, jak se vydělávají korunky. Naši zaměstnanci jsou našimi kamarády. Řídím se totiž rčením, že co nemáš ráda, nečiň druhým. Samozřejmě i my řešíme nejrůznější problémy, které třeba vznikají tím, že každý věc vidí jinýma očima – jinak zaměstnanec, jinak já. Ale vzájemnou diskuzí se snažíme pochopit navzájem a tak, aby to bylo ku prospěchu firmě.

Cifry a fakta jsou přesto vypovídající – co považujete za ekonomický úspěch ve vašem podnikání?

Snad právě naši poslední investici. Svět se ocitl v ekonomické krizi a my jsme naopak zainvestovali. Pravda je ovšem ta, že jsme měli plány to udělat již dříve, ale velice dlouho jsme čekali na stavební povolení, takže jsme se do úprav haly dali přesně v době, kdy jiní většinou podobné aktivity zastavili. Ale věděli jsme, že je potřeba vylepšit sociální zázemí pro zaměstnance,



sklad, přistavět prostor pro reklamace a expedici, zateplit budovu (střechu, topení a část oken jsme vyměnili již v průběhu předchozích let). No, nebylo toho málo. Ale je to vždy otázka rozhodnutí i podnikatelské filozofie. My jsme si pro osobní potřeby peníze z firmy nikdy nebrali, stále jsme je nechávali ve společnosti. A že bylo do čeho vkládat, je jasné. Také vlastně ucelený katalog naší nabídky jsme udělali až po šesti letech fungování, protože jsme prostě byli opatrní na vydávání peněz. Stále jsme vytvářeli finanční rezervu, abychom později mohli investovat. Věděli jsme, že investice dopomáhá k dalším obrátům. To pro nás bylo prvotní. To, jak jsme původně halu v nepříliš dobrém technickém stavu zrekonstruovali, jak dnes vypadá a co skýtá, se s tehdejšími nouzovými řešeními nedá srovnat. Neméně významným je pro mě „Ocenění Českých Podnikatelek“, které jsem vyhrála v kategorii malá společnost za rok 2009. Na 70 % váhy hodnocení odborné poroty (ve které zasedali např.: Prof. Michal Mejstřík, Tomáš Sedláček, Eliška Hašková Coolidge) činily ekonomické výsledky společnosti za poslední roky, zbytek pak mé osobní postoje, zásady a vůbec životní filozofie. V naší zemi není běžné chválit, spíše pomlouvat a škodit. O to více si tohoto ocenění vážím.

Mnoho společností záhy zjistilo, že prodej zboží nestačí k tomu, aby zákazníka zaujaly. Do popředí začaly vystupovat služby, jež klientům ubírají starosti. Jak je to ve vašem případě?

Pro nás byly služby na prvním místě již od začátku. Proto se nám nakonec zalíbila druhá část názvu společnosti – servis. Naš hlavní sortiment spočívá v nabídce dveřního kování a klik. Nabídku máme širokou, jako velkoob-

Čisté svědomí je pro nás víc než velikost obrátu.

► chod dodáváme do obchodních řetězců, developerům, stavebním firmám i jednotlivcům. K takovému druhu výrobku patří služby, jako je kvalifikované poradenství, logistika, dodávky na míru, rychle a včas a podobně. Sami z vlastní zkušenosti, když něco kupujeme, víme, jak vítaná je rada někoho, kdo zboží rozumí, kdo nám dokáže vysvětlit to či ono. Dobrá rada nad zlato, dokonce i tak, že zákazník může radikálně změnit názor, když mu vysvětlíme, že jeho řešení potřebuje korekci. Když si od nás nechá poradit, je zpravidla velice spokojen.

Hodně spolupracujete s developery. Čím se snažíte si jejich zájem o vaše dodávky udržet?

Developeri jsou silnou skupinou na trhu. Staví bytové domy a to je pro nás zdroj zakázek. Snažíme se jim tedy poskytovat servis na nejvyšší možné úrovni, pečlivě s nimi dodávky konzultujeme, upravujeme podle jejich požadavků. Připravujeme pro ně vzorové prezentace klik a kování, aby měli stále z čeho vybírat, seznamujeme je s novinkami. Chodíme prezentovat do projekčních kanceláří a stavebních firem, architektům apod. Naše stěžejní činnost je sice velkoobchod, hlavním terčem zásahu je prostřednictvím toho koncový spotřebitel, ale spoluprací se zmíněnými subjekty jde o stejný cíl, i když jinou cestou. Další významnou skupinou odběratelů jsou výrobci či dodavatelé dveří, různá studia, která nabízejí vybavení kuchyní a koupelen od podlahy až po kliku. Když sem přicházejí zákazníci a ladí své představy o novém bydlení, rádi si takřkajíc sáhnou na kliku – tak proč jim to neumožnit? Děláme tedy maximum pro to, aby si mohli vybrat a byli spokojeni. Stavebním firmám zase takto usnadňujeme práci, vědí, že v nás mají spolehlivého dodavatele. A mohou-li se spolehnout, vrátí se, spolupráce se rozšíří.

Co chystáte nového?

Víme, že nemůžeme ustrnout a že je třeba sortiment i služby rozšiřovat, proto jsme ke klikám a kování přidali křbové náčiní a různé košíky na dřevo právě ke křbu. Na to si naši zákazníci zvykli, funguje to, prodává se. Uvažovali jsme dále – rozhodli jsme se pro systém generálního klíče, což je pro mnohé uživatele zejména dostatečně bezpečné, nelze to zneužít, úsporné a stále žádanější praktické řešení v případě více zámků, ať ve firmě, nebo v domácnosti.

Od německého výrobce tohoto systému jsme pořídili stroj a know-how, nyní vše dolaďujeme. Zahájíme od ledna 2011. Tento produkt si u nás bude moci objednat kdokoli. Odborné poradenství a systém šitý na míru je samozřejmostí.

Mít stálého odběratele a pečovat o jeho potřeby, to je sen mnohých. Na čem takové vztahy stojí?

Na slušnosti a poctivosti. Na vstřícnosti a obětavosti. Na serióznosti a snaze vyjít vstříc. Ale mít přitom zdravé sebevědomí, svoji hrdost. Dokážeme zakázku i odmítnout, když vidíme, že jde o náznak neférového jednání. Také jsme se několikrát spálili, a i když jsme slušní, jsme i přesnější v odhadu odběratele, nejsme naivně důvěřiví. My sami nejednáme arogantně a neslibujeme, co nelze splnit. Také hodně dbáme na to, aby ve skladě bylo to, co uvádíme v katalogu. Abychom dělali co nejméně chyb v dodávkách. Abychom drželi slovo. Je to o lidech, ostatně jako všechno. Nenabízíme úplatky, jde to i bez nich. Víme rovněž, že nemusíme být u všech projektů. Čistě svědomí je pro nás víc než velikost obrátu. Nechceme mít také vztah odběratel-dodavatel, ale partnerství, což je sice náročnější, ale profesionálnější. Také reklamacemi se zabýváme hned, a ne jak udává reklamační řád – víme, že stavebník potřebuje kliky dnes, a ne za 30 dní. Děláme vše k tomu, aby naši zákazníci věděli, že jim chceme rozumět, že je podržíme, když jsou v nouzi, mám na mysli ty, o nichž jsme přesvědčeni, že s námi hrají stejně tak čistou hru jako my s nimi.

Mohla byste se rozdělit o názor na to, jak v době ekonomických turbulencí nezkrachovat, naopak investovat, výrazněji se etablovat na trhu? Je to váš případ, a určitě to není náhoda...

Naše filozofie je: drž se hlavního sortimentu, další přidávej a rozvíjej. Hlavním sortimentem jsou kliky a kování, doplňky ke dveřím, jak jsem už zmínila. Prodáváme také větrací mřížky, a to v hliníkovém, dřevěném a plastovém provedení. O křbovém nářadí jsem hovořila. Tento doplňkový sortiment nám pomáhá vyrovnávat příjmy v době, kdy se tolik v hlavní nabídce nedaří. Jsme hodně závislí na rozvoji či útlumu stavebnic-

tví. A tak jsou našimi dalšími významnými klienty i kamnáři, prodejny křbů nebo kamen. Nezastíráme, potíže ve stavebnictví nás zasáhly. Ale zase vyburcovaly k dalšímu přemýšlení.

Sázeli jsme a sázíme na to, co umíme, a na to, že podnikáme poctivě a slušně, že máme co nabídnout a že máme dlouhodobé vztahy s obchodními partnery.

Museli jsme přijmout úsporná opatření, ale tak, aby se to nedotklo zaměstnanců. Prověřili jsme služby, které nakupujeme, i co nakupujeme. Přišli jsme na to, že přeprava, telefony, kancelářské potřeby, se dají pořídit levněji než dosud. Zre-

dukovali jsme některé jiné výdaje. Při komunikaci vně firmy, v reklamě a další propagaci jsme skončili s dodavateli, neosvědčili se. Místo toho jsme zaměstnali vlastního grafika a odborníka na PR, který se postupně sžil s firmou a na kterého je spolehnutí. Nekupujeme si stánky na výstavách a veletrzích, více se věnujeme medializaci, reklamě. Před dvěma roky jsme otevřeli podnikovou prodejnu, kam se sjíždí klientela ze širokého okolí. Máme z toho všichni radost. Dále jsme uvedli do provozu internetový obchod, který je napojen na náš účetní systém. Přináší to úspory času, posiluje naši flexibilitu, lépe sledujeme dodací lhůty, platební morálku firem. Podniková prodejna nám podpořila i komunikaci se zákazníky. Zvykli si sem docházet, když hledají radu, když potřebují něco zkonzultovat. A to je fantastické.

Dát si nové kliky a kování třeba pod stromeček, to by mnohá domácnost možná uvítala...

Proč ne – úpravy bydlení bývají plánované, ne nahodilé a zbrklé. K našim inzerátům dáváme často slevové kupony, letáčky nabízejí rovněž slevy. Vydáváme vouchery na nákup se slevou 2000 Kč. Když sem zákazník zavítá, je spíše překvapen tím, co všechno máme. Dnes už je trh hodně zaplněn a inovovat nabídku je daleko složitější, než když jsme začínali. Přesto hledáme dál a dál. Zatím nám přeje štěstí. V květnu budeme mít 10. výročí existence firmy. Při této příležitosti uvedeme nový katalog, ve kterém zákazníci najdou nové modely dveřního kování a další novinky, o nichž takticky pomlčím. Ale mít kliku pod stromečkem? Proč ne, ať už v jakémkoli slova smyslu.

rozmlouvala Eva Brixl



Mám to jako hru

Jestli potřebujete radu, kde a jak načerpat novou a pozitivní energii, doporučuji setkat se s Petrou Kovandovou, majitelkou sladké firmy Kovandovi s.r.o. Na trhu se proslavila značkou Bon-Bon, což napovídá, že jde o něco, co máme rádi. Ano, jsou to čokoládové pralinky české výroby a domácích, vlastních receptur. Ale nejen to. Mám pocit, že v každém tom rukodělném kousku nádherné a voňavé práce je navíc poselství té pozitivní, plné energie, kterou Petra Kovandová rozdává kolem sebe. Molekula toho neodolatelného úsměvu, kterým dokáže ošálit jakoukoli nepohodu ve svém okolí. Čím to je? Možná vrozenou, nezměrnou touhou jít za novými výzvami, které člověka naplňují. Možná je to prací se samotnou čokoládou, která na mnohé z nás působí jako životabudič radosti. Sama v sobě vytvořila prostor pro experiment, životní filozofii zkoušek. Naučila se vymýšlet si, a tím být šťastná. Takové povzbuzení přenáší na nás, ostatní.

Jíte vůbec čokoládu?

Jím. A to ze dvou důvodů. Ochutnávám tu naši, abych věděla, co zákazníkům vlastně nabízíme, abych věděla, jaký náš sortiment vůbec je, přesto, že jsem u zrodu každé novinky. No a pak také musím vědět, co dobrého i horšího má konkurence. Tatarák si dám někdy samozřejmě radši než čokoládu, ale lhala bych, kdybych řekla, že ji nemám ráda. Mám. K tomu ochutnávání je tu jeden malý příběh z nedávné doby. Kamarádka mi hlídala pejska a já jí za to chtěla přinést něco na zub, lámanou čokoládu s oříšky od nás z prodejny v Táboře. Nosila jsem ji pár dní v kabelce pro chvíli, kdy se s kamarádkou uvidím. Pak jsem jednoho dne prostě měla takřikajíc abstrák na něco sladkého. Neměla jsem po ruce nic jiného než tu čokoládu. Neodolala jsem – a byla jsem nadšená, jakou lahůdku vlastně vyrábíme. No – není to snad až tak absurdní, je to o tom, jak se potkávám s tím, co vyrábíme.

První bonbony jste tvořila sama, nebo jste už měla někoho k ruce?

Sama. Poté, co jsem pořídila starší objekt na úvěr za rovný milion korun, jsem zřídila výrobu, nakoupila čokoládu a zavřela se tam. Měla jsem asi 15 forem a jela jsem jak drak. Sama sobě jsem si totiž dala termín, do kterého jsem musela předzásobit svoji nově k otevření připravenou první prodejnu v Táboře. Stihla jsem to na minutu, bylo to zase něco jiného, nového, a zájem byl velký. Obchůdek se svým osobitým designem, který jsem také navrhovala já, se ihned zapsal do povědomí místních, pralinky chutnaly. Byl to jednoznačný signál k tomu, že mohu pokračovat. A tak jsem k sobě přibrala pár děvčat do výroby, no, a daly jsme se do práce. Od začátku jsme nabízely čokoládu hořkou, mléčnou i bílou.



V podobě zmíněných pralinek, což znamená náplní plněná čokoláda určitého tvaru.

Podle čeho chystáte receptury?

Podle toho, nač mají chuť zákazníci, o čem mluví, stačí je poslouchat. A nejen je. Musíte umět vyslechnout vedoucí prodejny, všimnout si konkurence. Já hodně cestuji, dívám se, kdo s čím na trh přichází. Dodavatelé ingrediencí mne seznamují s trendy, co se ve světě „nosí“, jaké jsou takřikajíc spotřebitelské chutě. I ty podléhají módě. Teď je třeba žádané koření v čokoládě nebo čerstvé ovoce. Otázkou je, jak ho vhodně zakonzervovat... Zajímavé jsou také například náplně ze zeleného čaje. Inspirativní jsou čokolády s bylinkami. Ráda experimentuji, ale nejdu do extrému, čokoláda se musí také dobře prodávat, musí vyhovovat chuti většiny. Na druhé straně vím, že lze prakticky zkombinovat vše se vším – ale ctím i jistou chuťovou etiku.

Jak se zrodí nová pralinka?

Tak třeba – dodavatel surovin nás osloví a nabídne novinky. Na poradě u uší kruhu ochutnáváme, čtyři až pět lidí cvičí jazyk a chuťové pohárky. Co má větší úspěch, tak se vybere, co nám zkrátka nejede, tak se vyřadí. Stejně tak jako již příliš dlouho vyráběné pralinky.

Není vám líto opouštět zavedené druhy?

Abyste mohla sortiment obohacovat, musíte občas něco vypustit, jinak by se to snad ani nedalo zvládnout. I tak jedeme ve výrobě na dvě směny, máme několik cukrářek, které se specializují vysloveně na pralinky. A ať se to možná nezdá, zákazník hledá stále něco nového i mezi naším zbožím a opravdu není konzervativní. Což je dobře. K výrobě používáme italskou



Petra Kovandová

čokoládu, ale s vlastními míchanými náplněmi – v tom se právě lišíme od konkurence, neboť ta používá průmyslově vyráběné náplně. Působíme na trhu pět let a abychom přinášeli od začátku něco inovativního, a zákazník zareagoval, museli jsme přijít s něčím, co druzí postrádají. Předpokladem úspěchu byla podmínka zaujmout něčím novým. Vlastně – jak prosté. Také o tom je naše chráněná obchodní značka Bon-Bon. Pralinky s vlastními náplněmi – to je moje srdcovka.

Jakou novinku byste mlsalům doporučila?

Absintovou pralinku. Je v ní velký podíl alkoholu, má velice originální, osobitou chuť. Je zdobená zelenou čokoládou – tedy bílou obarvenou na zeleno. A nesmí ji řidiči.

Ochutnala jsem, je to lákadlo touhy po štěstí. Opravdu cosi mimořádného. Povzbuzení pro pány, básníky, další umělce, pro labužníky a znalce, tipla bych...

Možná ano, určitě nebude chutnat každému, ►



Předpokladem úspěchu byla podmínka zaujmout něčím novým. Vlastně – jak prosté. Také o tom je naše chráněná obchodní značka Bon-Bon. Pralinky s vlastními náplněmi – to je moje srdcovka.

► ale lidem, kteří hledají něco jiného, možná výjimečného a dokáží to najít, porozumí kouzlu, které jim právě tahleta pralinka nabízí.

Končí rok a vaše vánoční nabídka jistě míří i do firem.

Ano, krabičky s pralinkami, dárkové košíčky, kazety – to vše může posloužit jako firemní dárek pro zaměstnance, partnery, obchodní přátele. Mnohé z toho vytváříme přímo na objednávku, podle přání té které společnosti. Na základě ceny, do které se máme vejít, podle preferovaných chutí, prostě jak kdo chce. Vánoční čokoládové dárečky děláme třeba od pěti krabiček až po tisíce. Velice žádané jsou v poslední době menší krabičky třeba jen s šesti pralinkami, pěkně zavázané, s logem firmy. Takto vypravené se pak dají odečíst i z daní.

Objednávky mohou zájemci směřovat jen k vám, na vedení firmy, anebo i přes jednotlivé prodejny?

Tak i tak. Máme šest vlastních prodejen, jedna je například v přízemí pražské Kotvy, a 15 prodejen provozujeme formou franchizy. Letos se podařilo rozjet i Slovensko, kde jsou už tři prodejny a další se rýsují.

Táhnou vás úvahy i jinam za hranice?

Uvažuji o Vídni. Příští rok bych tam chtěla otevřít svoji cukrárnu.

Nebojíte se? Vždyť Vídeň a čokoláda...

Nebojím. Rakušané ctí rukodělnou práci, myslím, že máme velkou šanci získat dobré zákazníky.

Tuším, že váš podnikatelský sen graduje...

Stále přemýšlím, jak doplnit naše výrobky o nějakou další hodnotu. Jedním ze snů je mít spojení čokolády a módy – butik s oblečením a bižuterií, etnickým zbožím, při tom voňavá káva. A samozřejmě moře pralinek. V prodejně v Táboře jsem si trochu fantazírovala – koupila jsem starý kočárek, naskládala do něj plyšáky – a jak se kupují! Obchůdek s čokoládovými pralinkami lze vždy něčím ozvláštnit, chce to jen ten správný nápad a aby se o tom vědělo.

To já bych si zřídila bylinkové království, servírovala čaje a k tomu doporučovala takovou a onakou bylinkovou čokoládu...

Tak to rychle udělejte. Bylinky mají sílu a budou dlouho ve středu pozornosti mnoha generací. Dají se s nimi dělat divy. Stejně tak jako s červeným vínem a hořkou čokoládou.

Nejde však jen o snění a chtění, dostat jistý koncept do života také něco stojí.

Já vím. Můj příběh začal tím, že jsem si vzala úvěr na již zmíněný milion v době, kdy byly úroky docela vysoké. Nezbyvalo, než být přesvědčena, že musím vydělat tolik, abych měla na jeho splacení. Víra funguje. Od té doby používáme stále bankovní peníze. Nové obchody potřebují prvotní investici, bez toho bychom nemohli růst. Může to znít divně, ale úvěry mám ráda. Pomáhají nám na cestě rozvoje. Pokud člověk používá selský rozum a o každé investici přemýšlí, jak to udělá, aby se mu vrátila, pak se nemusí bát. Na druhé straně je podnikání dobrodružná cesta, musí to mít nějaký adrenalin. Úvěr do určité míry adrenalin je. Dnes jsme již u bank bonitní klient, takže s úvěry nemáme problémy stejně tak jako s platební morálkou. I já bych se však někdy chtěla dopracovat k bodu, kdy budu moci vše financovat sama, nepůjčovat si. Zatím to ale nejde.

Co je pro vás motivací žít jako podnikatelka?

Podnikáním jsem získala prostor k seberealizaci, k volnosti, mohu dělat, co mne baví. V tom je síla. Mám to jako hru. Je to krásné uspokojení, když víte, jak to všechno začalo, jak to probíhá ve výrobě, jak přibývají prodejny, a vůbec mi nevadí, že s tím vším jsou i problémy. Pohlcuje mne to celou, svět čokolády dává rozměr fantazii.

Vyřádím se, potřebuji, aby se kolem mne stále něco dělo. Abych nacházela směr. Stále a další. Teď například chystáme certifikaci, cítím, že to musíme udělat, potřebujeme postoupit dál, povýšit a posvětit naši kvalitu. Otevře nám to dveře k dalším zákazkám, posílíme důvěru, něco se naučíme.

Tím bude část kapitoly uzavřena.

A další firemní sen?

Jeden mám, je z oboru, víc neprozradím. Co nevidět se do něj pustím.

Přemýšlím, ale nic mne nenapadá.

Dodáváte i na svatby?

Chtěla bych vám ten svůj záměr popsat, ráda bych se už rozdělila o názor, ale intuice mi říká, ať nepředbím.

A svatby? Ano, začíná být poptávka po výsluzkách, nikoli v podobě cukroví a koláčků, dávají se krabičky pralinek.

Zkoušela jste se se značkou Bon-Bon proboujet i do hotelů? Pralinky na polštář?

Určité kontakty jsme navázali, jeden pražský hotel odebírá. Problém je ale v tom, že se ruční výrobou pod cenu současných průmyslových výrobců nedostaneme. A hoteliéři dnes hodně šetří.

Byla jste někdy tak naštvaná a vyhodila své dílo třeba z okna?

Ne, to se mi nestalo. Zuřit umím, ale snad se ovládám...

Poučila jste se z toho, co se nepovedlo?

Domnívám se, že jakákoli zkušenost, i negativní, dá člověku něco pozitivního. Ať už je to bolest, trápení, to, co člověk v tu chvíli nevnímá. Jsem ráda i za tu špatnou zkušenost, ona mne totiž chrání i před tím, co by mohlo být ještě horší.

Nedávno jste se prezentovala v projektu Život nápadům, o němž jsme již také psali. Zkrátka – často jste vidět v komunitě žen, také podnikatelek. Čím je to pro vás příjemné?

Ráda se seznamuji se zajímavými lidmi, kteří něco umí, mají určitý názor, svoji vlastní životní cestu. I mezi nimi čerpám energii, hledám poučení, inspiraci. Zajímají mne osudy a příběhy, i ty podnikatelské. Mají sílu a dodávají mi odvalu.

za rozhovor poděkovala Eva Brixí



Jsou odvážné, protože se rozhodly jít do rizika

Na první pohled nesmírně skromná, nenápadná žena s prostornou duší a nádherným charisma. Žena, která s pokorou a laskavostí k světu přemýšlí o řadě věcí, které se váží k „ženské otázce“, těší se z úspěchu firem, jež vedou příslušnice nežné poloviny lidstva, s nadšením mluví o tom, co člověka posunuje na jeho cestě dál a výš. S filozofií sobě vlastní hovoří také třeba o milých drobnostech, jako co dát komu pod stromeček nebo jaké cukroví na štědrovečerní stůl.

Jsem ráda, že jsem se s ní mohla seznámit. Vímát přítomnost těch žen, od kterých se mohu něčemu přiučit, nemyslím jen v profesi či „velkých firemních záležitostech“, ale třeba poznat jen názor, nahlížení na skutečnost, mne posiluje. Osudy, příběhy, setkávání se. Všechno však má svůj čas. V poslední době se ten můj vine příležitostmi vnímat právě takové prostředí, které inspiruje. Děkuji za to i Janě Švenkové, kterou jsem měla možnost poslouchat při několika setkáních žen podnikatelek. Působí v roli Partnerky oddělení auditu společnosti Mazars v Praze a její osobnost nedílně patří k jedné krásné nové tradici.

Poznala jsem vás ve spojitosti se soutěží Ocenění Českých Podnikatelek, u jejíhož zrodu jste s Helenou Kohoutovou, majitelkou agentury Helas, byla. Čím vás osobně ženský fenomén zaujal?

Říká se, že ženy se neumějí navzájem podporovat. Myslím, že to není pravda. Žena má dar empatie, která jí dává výjimečnou schopnost rozhodovat se v dané situaci co nepříznivěji ke svému okolí. Je schopna se přizpůsobit potřebám jiných, ale přitom neztrácí nic ze své osobnosti. Je schopna zvládnout velmi náročné cíle, protože o nich nepřemýšlí jako o cílech, ale jako o způsobu života. Nakonec projekt Ocenění Českých Podnikatelek ukazuje, že vzájemná podpora mezi ženami existuje.

Fandit ženám, jež se rozhodly nastoupit na dráhu businessu, určitě nemá nic společného s feminismem ani hloupě pojatou emancipací. Jak byste charakterizovala české podnikatelky? České podnikatelky jsou ohrožený druh. Ale doufám, že se blýská na lepší časy. Všechny ty, které jsem osobně poznala, si zaslouží respekt. Začaly z ničeho a dnes i po více než deseti letech stojí v čele svých prosperujících firem. Jsou odvážné,



Jana Švenková

protože se rozhodly jít do rizika. S vědomím, že je čeká obrovské množství práce, zvládnout nejen perfektně svůj obor, svoji profesi, ale vedle toho vybudovat síť svých věrných obchodních partnerů, naučit se finančnímu řízení, ale také zvládnout práci s lidmi uvnitř i vně svých firem. Kdybych je měla charakterizovat několika málo slovy, řekla bych, že jsou nesmírně pracovitě, záleží jim na lidech a jsou sebevědomé.

Stejně jako vás i mne udivují příběhy řady žen, je to jako cesta za štěstím, o němž se tak často pochybuje, zda vůbec existuje, nebo ne... Štěstí nikdy nepřichází náhodně. A po-

kud ano, pak jen vzácně a dlouho se neudrží. Věřím spíš na štěstí, které se dostaví, když jste připraveni. Je k tomu ale kromě pracovitosti ještě třeba vnímat život kolem nás, hledat inspiraci a výzvy. Samo o sobě nic nepřijde.

Působíte ve známé auditorské společnosti. Mezi kréda patří například tvrzení, že mezilidské vztahy jsou to, co vás žene kupředu. Není to příliš nadčasová myšlenka?

V dnešní době globalizace jsou mezilidské vztahy čím dále důležitější. Touha firem po velikosti vede k hrozbě opomenutí jednotlivce. Přitom jsou to právě lidé, kteří vytvářejí pro svou firmu hodnoty, zajišťují kvalitu práce a vlastně existenci podniku. Lidé jsou pro firmu největším bohatstvím. Je proto nutné věnovat této oblasti velkou pozornost. Zaměstnanci tráví ve firmě velkou část svého života. Práce na ně klade velké nároky. Pro prosperitu firmy je proto zcela zásadní podporovat vyváženost pracovního a osobního života svých zaměstnanců. Je důležité lidem zajistit co nejpríznivější pracovní prostředí a firemní kulturu, dbát o zvyšování jejich kvalifikace a možnost kariéry. Důležitá je otevřená komunikace uvnitř firem. Dát lidem prostor se vyjádřit k dění ve firmě, k řízení apod. Zpětná vazba může významným způsobem zlepšit efektivitu práce, a navíc dává lidem důkaz, že se mohou aktivně do života společnosti zapojit a že jejich návrhy jsou brány vážně. To je přirozeně motivuje k další práci. Jak dobrá komunikace v té či které firmě je, se odrazilo například také v chování firem v době krize. Vedení řady podniků

podávalo svým zaměstnancům informace o tom, jak se ekonomická situace projevila právě v jejich podniku, vysvětlovalo opatření, ke kterým se rozhodlo sáhnout. Negativní dopady jako sníže-

Žena má dar empatie, která jí dává výjimečnou schopnost rozhodovat se v dané situaci co nepříznivěji ke svému okolí. Je schopna se přizpůsobit potřebám jiných, ale přitom neztrácí nic ze své osobnosti.

Za módou pro radost i dobrý pocit

Již tradičně se ve druhé podzimní dekádě potkaly stálé zákaznice firmy LADY MODA Zdeňky Starnovské i ženy, které se chtějí nově inspirovat letošní zimní kolekcí prestižních módních německých značek BASLER a Gelco. V překrásných historických prostorách bývalé Galerie u Řečických ve Vodičkově ulici se jich tentokrát sešlo kolem sedmdesáti k malé módní přehlídce, která, jak již bývá u zmíněných módních značek zvykem, očarovala přítomné zejména nápaditostí, dokonalostí střihů, kvalitou zpracování i použitých materiálů.

LADY MODA

Prague 1 - Vodičkova 10

A co je nejméně důležité při takovýchto příležitostech, jednotlivé zimní modely dokonale doplňovaly působivé kabelky, šály, elegantní pokrývky hlavy jak pro všední den, tak i pro slavnostní příležitosti i pobyt v zimní přírodě. Sečteno a podtrženo, zúčastnění se zde ve světě LADY MODA nechali doslova hýčkat barevností, stylem, zpracováním zimní konfekce zvláště pečlivě vybranými módními doplňky. Ohnčky v očích přítomných dam, co chvíli rozdmýchané zvláště perfektně vyhlížejícími modely na těle půvabných manekýnek byly předzvěstí plamene, jenž po skončení módní přehlídky výústil v horečné vyhledávání modelů, které se staly pro tu či onu zákaznici pobídkou k nákupu. A protože vybírat zde bylo skutečně z čeho, převážná většina žen zde ke své radosti našla oblečení podle svého gusta, v němž se bude cítit dobře před zraky i těch nejpřísnějších hodnotitelů i navzdory tomu, že každá z žen ve středním či pozdějším věku nemá proporce štíhlounkých manekýn. Podle příjemné nákupní atmosféry a ještě příjemnějších okamžiků, kdy krásné oblečení skončilo v taškách s logem LADY MODA v rukou odcházejících žen, bylo zřejmé, že nejen stálé zákaznice, ale i ženy bohatší o novou zkušenost s nákupem v těchto prostorách, se do Vodičkovy ulice za LADY MODA brzy vrátí. Za novými objevy, za



další radostí, které zde již léta poskytují opravdoví profesionálové pod taktovkou majitelky firmy Zdeňky Starnovské a její pravé ruky JUDr. Evy Kubrychtové, které se jako jedny z mála manažerek firem zastupujících módní značky BASLER a Gelco ve

střední a východní Evropě mohou pochlubit Mezinárodní cenou za módní marketing, která se uděluje v německém Düsseldorfu. Skončilo setkání některých stálých mezi zákaznicemi LADY MODA i nových klientek, a nastal čas k přípravě dalších akcí, třeba té, na kterou sem do Vodičkovy 10 zavítaly podnikatelky a manažerky co by čtenářky a příznivkyně Prosperity Madam Business, stálé přílohy o ženách v businessu časopisu Prosperita, jehož vydavatel, společnost RIX, s. r. o., je novým partnerem LADY MODA. Setkání se uskutečnilo 1. prosince a povídání o něm přineseme v lednovém vydání Madam Business. Prostory v pražské Vodičkově ulici jsou však otevřeny všem ženám, které chtějí být krásné nebo jen prostě něco málo změnit. Třeba právě letošní adventní čas je tím pravým obdobím a LADY MODA tím správným rádcem k tomu, aby se nejedna z žen rozhodla něco pro sebe, potažmo i pro své okolí, udělat prostě proto, že se chce po letech opět „jinak“ líbit. Rozhodně by si tuto možnost neměly nechat ujít ani mladší dámy, protože i pro ně módní tvůrci v BASLER i Gelco zvláště v posledních letech připravují velice nápadité, šik oblečení pro volný čas i do společnosti. Večer s LADY MODA byl i v tomto směru dostatečným důkazem.

(nov)

► ní platů či nevyplacení odměn pak mohlo být přijato sice ne s nadšením, ale jako nevyhnutelná realita, která nemá s jejich osobním hodnocením žádnou souvislost.

Audit, daňové poradenství, účetní služby špičkové úrovně – to vše tvoří vaše portfolio. Vašimi klienty jsou patrně jen velké firmy. Avšak i ty menší a střední rostou – v čem jim můžete být prospěšní? Mezi naše klienty patří nejen velké společnosti, ale i střední a menší firmy. Mazars je v České republice alternativou díky množství svých zaměstnanců a způsobu vedení zakázek. Naším principem je vybudovat a udržet společnost tak velkou, aby

zajistila dostatečnou kapacitu všech zdrojů pro poskytování poradenství ve vysoké odborné kvalitě bez ohledu na velikost našich klientů a rozsah jejich zakázek. Cítíme osobní odpovědnost navázat a udržet dlouhodobě kvalitní partnerské vztahy se všemi našimi klienty nad vlastní rámec smlouvy. Neděláme rozdíly mezi klienty. Všichni musí dostat nejvyšší kvalitu služeb. Jsme schopni poskytovat nejenom komplexní služby (audit-daně-účetnictví-znalectví), ale v případě růstu a expanzi firem do zahraničí je doprovázet i na tato působišť. Mazars dnes prostřednictvím integrované sítě najdete v 56 zemích světa. V rámci aliance Praxity působí v 76 zemích světa.

Vraťme se k začátku našeho povídání – k Ocenění Českých Podnikatelek. Jak soutěž obohatila vaše vnímání života?

Lidé potřebují lásku a důvěru i v obyčejných, běžných vztazích. Jste-li optimisticky naladěni a otevření, pak i lidé kolem vás budou na stejné vlně. Nečekejme na někoho, kdo udělá první krok, každý z nás může pomoci pohodu vytvářet a sdílet. Začátkem listopadu byly vyhlášeny finalistky a vítězky již třetího ročníku soutěže Ocenění Českých Podnikatelek, věřím, že tento projekt pomáhá vyzdvihovat příběhy žen podnikatelek a díky nim inspirovat další, kteří sbírají odvahu k novým činnostem.

ptala se Eva Brixl

Rozjímat s Karlem Škrétou

V době předvánoční býváme nalaději vstřícněji vnímat klasiku a tradice. Na rozdíl od Silvestra býváme s blízcím se 24. prosincem vážnější a rádi se necháváme unést emocemi, uměním věky prověřeným. Snažíme se tak uvést svou duši do jiného prostředí rozjímání, než jsou zavřené oči u monitoru počítače, než stres a nenormální adrenalin běžného pracovního vytížení nabízejí.

A tak často přijímáme pozvání na výstavy mistrů malířských, varhanní koncerty či k nahlédnutí do keramických dílen, kde se rodí čertíci a ježíškové, andělci i celé pohádky. Trochu té mystiky i otevřených nebes nad našimi hlavami je asi ten správný balzám, od něhož si mnohé povznesení slibujeme. Přijměte proto, prosím, pozvánku na obsáhlou prezentaci v Jízdně Pražského hradu a ve Valdštejnské jízdárně s názvem Karel Škréta (1610–1674): Doba a dílo. Výstavu připravila Národní galerie v Praze – Sbírka starého umění a Sbírka grafiky a kresby ve spolupráci se Správou Pražského hradu a Arcibiskupstvím pražským, zahájena byla v listopadu a potrvá do 10. dubna. Je to dosud nejrozsáhlejší přehlídka tohoto významného umělce, zakladatele barokního malířství v Čechách. Vedle prací samotného Škréty dává nahlédnout také do tvorby jeho syna Karla Škréty, můžete si prohlédnout i práce Škrétových žáků a dílenských spolupracovníků i vybrané ukázky z děl umělců, s nimiž se K. Škréta setkal během svého

pobytu v Německu a v Itálii.

Karel Škréta (1610 Praha – 1674 Praha) je obecně považován za největšího malíře, který se narodil v Čechách během dlouhého období mezi závěrem středověku a 19. stoletím. Umělec, který se v mládí dokonale obeznámil s tím nejlepším, co nabízelo umění rodičů se baroka v Itálii i v Záalpi, dospěl k pozoruhodnému osobnímu stylu, jenž vyznačil cestu celému novodobému českému malířství. Obdivuhodná byla jeho všestrannost. Již v mládí vynikl Škréta jako spolutvůrce výpravného cyklu výjevů ze života sv. Václava, později dokázal uspokojit i nejnáročnější objednavatele vypravěčským mistrovstvím, s nímž ztvárňoval náměty monumentálních oltářních obrazů. Hlubokým psychologickým ponorem se vyznačují Škrétovy podobizny, tvořící v souhrnu působivou galerii příslušníků dobových společenských elit. Škréta ovšem ovládal i tvorbu dobově oblíbených kostýmně stylizovaných portrétů a mytologických či alegorických kompozic.



Byl geniálním kreslířem a vyhledávaným inventorem – navrhovatelem grafických listů mnohdy subtilního a vícerozměrného ideového obsahu. Svůj umělecký výraz přizpůsoboval Karel Škréta bez zjevných obtíží charakteru objednávek a požadavkům klientů. Tato schopnost ovládat a aplikovat různé „manýry“, jak se s ní umělec seznámil v Itálii, byla vysoce ceněna a obdivována. Malíř vycházel z osvědčených, především italských vzorů, jako přemýšlivý syntetizující duch se ale málokdy spokojil pouhým napodobením či mechanickým přejímáním předlohy. Jeho stylová škála obsahuje jak elegantní, formálně vytříbený klasicismus, tak náběhy k žánrovému vyprávění, stejně jako dramatický šerosvit caravaggiovského ražení. Nejvýznamnější, zvláště pozdní Škrétova díla dodnes poutají vnímavého diváka nejen dokonalostí formy, ale i hloubkou a naléhavostí myšlenkového poselství.

(rix, tz)

Soutěž

Vyhraje optimálně chytrý telefon!

Rádi byste přešli na jiný typ mobilu? Zodpovězte soutěžní otázku a vyhraje prostřednictvím prosincové Prosperity Madam Business chytrý telefon od společnosti LG. Model LG GT540 Optimus je další v řadě telefonů s operačním systémem od společnosti Google, ovládaný prostřednictvím kvalitního dotykového displeje. Snadno si poradí s přehráváním videí i ve formátech, jako je DivX nebo Xvid. Zapomeňte tedy na složité převádění formátů jen proto, aby si s nimi poradil váš telefon. Nechybí 3,5mm jack na připojení sluchátek a vzhledem k slotu na MicroSD karty s kapacitou až 32 GB se vám do tohoto telefonu vejde skutečně hodně. K rychlému připojení na internet jsou připravené technologie 3G a HSDPA, bez problému je i připojení k bezdrátové síti wi-fi. Samozřejmě nechybí ani vaše oblíbené mobilní služby jako Gmail, mapy Google nebo YouTube. Mobilní telefon umožňuje i přístup na sociální sítě, jako je Facebook a Twitter.

Soutěžní otázka:

Jak se nazývá operační systém, na kterém je postaven mobilní telefon LG GT540 Optimus?

Své odpovědi pošlete na e-mail: brixix@prosperita.info do 31. 12. 2010.
Z těch správných vylosujeme dvě, autoři obdrží v lednu model LG GT540 Optimus.

LG
Life's Good
www.lg.com



Inspirace v Modré pyramidě

Jaký je váš sen o novém bytě nebo rodinném domku? Máte to vše už vymyšleno až po barvu šálků na kávu a prostírání? Jaké ručníky do koupelny a kam pověsíte ten nejmilovanější obrázek? Ano, ano, iluze jsou krásné a potřebujeme s nimi žít. Vždyť těšit se na něco, co nás bude stále provázet, kam se budeme každý den vracet s dalšími nadějemi, stesky i úsměvy, k nám prostě patří. V době předvánoční se mnozí z nás zamýšlejí právě nad tématy vážnějšími, tedy například do čeho se v souvislosti s lepším bydlením pustí v následujícím roce. K těm náročnějším úvahám patří ty, které se týkají úvěru na tak zásadní investici. Předkládáme tedy jednu z inspirací Modré pyramidy.

Modré spoření, ojedinělá novinka na trhu stavebního spoření

Modré spoření je určeno jak stávajícím klientům Modré pyramidy, tak i novým zájemcům, kteří se rozhodují uzavřít smlouvu o stavebním spoření. Základem Moudrého spoření je totiž nadstandardní zhodnocení prostředků, které klient vloží na svůj účet v době tzv. upisovacího období. V průběhu podzimní kampaně získají „extra úrok 2 % + 2 %“ všichni klienti s novou smlouvou o stavebním spoření, tedy k běžným 2 % úroku z vkladu Modrá pyramida nabízí další zvýhodnění v podobě dodatečného úroku ve výši 2 % p. a. Pokud tedy klient zvolí Moudré spoření, může počítat s tím, že částka, kterou vloží na svůj účet v průběhu tzv. upisovacího období,



které trvá čtyři měsíce po přijetí Návrhu na uzavření smlouvy, bude úročena bezkonkurenční úrokovou sazbou 4 % p. a. po dobu jednoho roku. Podmínky pro kampaň „extra úrok 2 % + 2 %“ klient splní tak, že si založí stavební spoření u Modré pyramidy v době od 4. října 2010 do 31. ledna 2011 s maximální cílovou částkou 1 000 000 Kč a vloží na svůj účet stavebního spoření minimálně 10 000 Kč.

Rychloúvěr bez zajištění až do výše 300 000 Kč

Po zkušenostech s poskytováním Rychloúvěru pro dlouholeté klienty rozšířila Modrá pyramida tuto nabídku i pro nové klienty. Rychloúvěr nabízí rychlé a jednoduché řešení běžných modernizací a rekonstrukcí bydlení,

jako je například zateplení fasády, výměna oken, modernizace koupelny nebo kuchyně. Klient si může půjčit až 300 000 Kč, úvěr bude mít rychle vyřízen a to s minimem potřebných dokladů a bez nutnosti ručitele či zástavy nemovitostí. Klienti Modré pyramidy, kteří již pravidelně spoří, nemusejí dokonce ani dokládat své příjmy. Úroková sazba Rychloúvěru je od 6,49 % p. a. (při splácení úvěru prostřednictvím běžného účtu v Komerční bance). Informace „jak financovat“, ale hlavně jak rekonstruovat byt, střechu, bytové jádro, nebo jak modernizovat koupelnu či zateplit fasádu jsou veřejně dostupné v rubrice „Radíme“ na webové televizi: www.mopytv.cz. Modrá pyramida tak poskytuje společně s finančním poradenstvím také praktické rady, jak nejlépe Rychloúvěr využít. (tz)

Nezavěšujte, prosím

„Poledne v tom okamžení, táta přijde z roboty: a mně hasne u vaření pro tebe, ty zlobu, ty!“ Většinou máme tyto verše z Polednice Karla Jaromíra Erbena vryty do paměti. Matce, starající se o dítě a domácnost, dojde trpělivost a zbytek netřeba objasňovat. Na rozdíl od druhé poloviny 19. století to však má současná zaměstnaná žena, zvláště manažerka, občas pracující z domova, vyřizující poštu a telefonické hovory i na cestách, mnohem těžší. Tato žena musí mít dobře zvládnutý time management, neboli, musí se umět pořádně otáčet, aby dobře fungovala v práci, doma se všemi radostmi a starostmi o rodinu



a domácnost, případně i jinými povinnostmi. Naštěstí současná moderní doba s sebou přináší i velké množství pomůcek, které nám práci zjednodušují a zpříjemňují. Takové jsou i profesionální náhlavní soupravy Jabra. Nehovoříme o soupravách pouze pro maminky, ale obecně pro všechny, kteří hodně telefonují a kteří potřebují volné ruce, aby mohli vykonávat i další činnost. Například s profesionálním headsetem Jabra GO 6470 může žena v domácnosti spojit mobilní telefon, pevnou linku i IP telefon. Tím pádem přijímá telefonáty do jednoho sluchátka, které navíc velmi dobře vypadá a je vyrobeno z velice kvalitního materiálu. Takové ženě se hned dopoledne uleví, když může přebalovat své dítě a u toho zvládne hovořit se svým klientem nebo dodavatelem. Vyřídí tak v klidu konferenční hovor, kterého se účastní více lidí, náhlavní souprava je totiž vybavena skvělou funkcí – NoiseBlackout™, díky níž se odstraní všechny šумы z pozadí. Nikdo ze zúčastněných konferenčního hovoru nepozná, že o kus dál pláče vaše dítě. Ačkoli, příroda je příroda, a pokud dítě pláče za tři, ani Jabra headset jej nedokáže utišit.

Další velkou výhodou je možnost vzdálit se od základ-

ny celých 100 metrů. Pokud si uvedeme příklad, doma může maminka připravovat večeři bez odbíhání a věčného hledání svých zatoulaných telefonů. Vždyť kabelka má tolik záludných přepážek, a než stačíte vylovit svůj telefon, volající to už dávno vzdal. A právě to se vám s profesionálním headsetem nestane. Řady profesionálních headsetů Jabra PRO 9400 a GO 6400 nabízejí mnoho produktů podle požadavků zákazníka. Propojit je možné až tři zařízení, informace vidíte na přehledném displeji s dotykovou obrazovkou. Práce a povinnosti se stanou zábavnými nejen pro mamky, manažerky a všechny ženy, které se snaží v profesionální oblasti uspět. Příjemné nošení a používání headsetů je doplněno neotřelým designem a kvalitním materiálem. Popřejme si tedy hodně sil a štěstí, aby se nám v kariérním životě dařilo a přejme si víc podobných zařízení, jako jsou náhlavní soupravy s černo-žlutým logem Jabra.

Maria Pošteková

Jabra
DISCOVER FREEDOM

Jednou provždy

Karel Sýs

Jak ses narodila
už jsi mne měla vyrytého do dlaně
A já jedl rostl a všemožně se snažil
aby se naše čáry protály...
Tak mezi křemeny osudu
vytryskla jiskra náhody
A ještě za padesát let

Dohra

Markéta Bartíková-Peterková

Pojď
budeme dýchat marnivost
a šeptat fráze

Zima nám buší do hrudi
láška je jako žaludeční stěna
v záchodě

Ale pst
nebudeme nic říkat

Oblečení v kostýmech hýření
zapomeneme
že venku sněží

Budeme dýchat marnotratnost
a opakovat pouťové fráze

Podzimní vlhkost

Karel Sýs

Tam kde se dva stromy stýkají
vždy nejkrásněji prší
už první jívy natáhly
své slabikové uši
Ty první jívy smuteční ...

Po řece táhne vítr za vlasy
schovanky jimž nedá dorůst do krásy

Nebe vody k nebi vzduchu ční

Pastel

Karel Sýs

Pod dohledem vůně
jak pod celofánem
prochází se slečna s pánem

Pán je neozbro-
jen a já to nejsem
a proto slečnu dej sem!

Jsouce oba překvapeni v chůzi
vzdávají se přesile mé múzy

A zatímco pán si vede nejasně
dívka vchází do básně

Kdybys byl sních

Markéta Bartíková-Peterková

Kdybys byl sních
našlapovala bych po tobě lehce
a tvá ústa
líbala by mi zespodu nohy
Sněžil bys mi do dlaní
a vůbec by nevadilo
že studíš
Kdybys byl sních

Vlak propouští obrazy

Markéta Bartíková-Peterková

Vlak propouští obrazy
přes poškrábané sklo
Rozmazaná krajina
Stromy jako šmouhy
Vlak ujíždí do dálek
A ve stanicích zatím
čekají příběhy
Svoboda
Rozevlátá