

P R O S P E R I T A

Madam Business®

Myšlenky

Eva Brixí

Věra a nevěra
Kde jsou a nejsou hranice
Vážka na vodě
A na suchu převrácená pramice
Všichni se potkáme v bodě G
A cestou necestou
Se mineme

Když pošeptám
Že tě chci
Tak mi nevěříš
Když zakřičím
Ať jdeš k šípku
Tak se přiblížíš

Věra a nevěra
Kde je práh
Každý má jiné dno
Kam si sáh
Korálky stříbrné utopila jsem
Mezi kapesníky
A tobě odepsala s uplakanými díky

Básničku stříhnu od boku
Ať vidíš
Že tě mám ráda

Dana
Ficlová

**Pozitivně
naladěný hotel**

str. 1, 10–11

rozhovor měsíce
s Ing. Danou Ficlovou,
generální ředitelkou
ALBION HOTELU

Připijte si na zdraví růžovým vínem a pomozte ženám, které o své zdraví musí bojovat

Něžná růžová barva symbolizuje sílu a odhodlání postavit se zákeřné nemoci – rakovině prsu. Řada nadnárodních firem nabízí růžové produkty s cílem finančně podpořit toto snažení. Do boje za zdraví se zapojila i společnost Templářské sklepy Čejkovice s jedním ze svých nejuspěšnějších produktů – s růžovými víny. Vinařské družstvo letos vyzývá, abychom si připili na zdraví sklenkou růžového vína a pomohli ženám, které o své zdraví musí bojovat. S heslem „Na zdraví s růžovým“ bude letos společnost Templářské sklepy Čejkovice pomáhat v boji proti rakovině prsu tak, že z každé prodané láhve růžového vína věnuje 1 Kč na podporu

sdržení Mamma HELP. Sběrka probíhá od 1. května 2011 do 30. září 2011. Výtěžek z prodeje bude organizaci slavnostně předán 15. října, v celosvětový den boje proti rakovině prsu. Sdružení Mamma HELP je největší pacientská organizace s celorepublikovým působením, která se stará o ženy s karcinomem prsu. Snaží se také zlepšovat informovanost veřejnosti o výskytu, prevenci a možnostech léčby tohoto onemocnění. Výtěžek z prodeje templářských růžových vín půjde na zajištění dalšího provozu Mamma HELP center.

www.templarske-sklepy.cz, www.mammahelp.cz

(tz) 9



Ženy se za jízdy i líčí



GE Money Auto

Zda mužům vadí v autě dámský parfém, na to se výzkum GE Money Auto nezaměřil. Zato bylo položeno hodně jiných všetečných otázek, a některé odpovědi respondentů byly skutečně neotřelé. Z průzkumu mimo jiné vyplývá, že téměř polovina řidičů (49 %) plánuje v příštích dvou letech koupit nového či ojetého vozu. Dvě třetiny zájemců o koupit preferuje ojetinu. Stejný je i podíl těch, kteří nechtějí za automobil utratit více než 200 000 korun.

Z výsledků průzkumu společnosti GE Money Auto je dále zřejmé, že ženy častěji než muži kladou při koupi vozu důraz na praktické parametry, jako je dostupnost servisních služeb nebo počet osob, které lze v autě převážet. U nových aut lidé více zohledňují výkon motoru a poskytované vybavení v ceně vozidla. Při financování nákupu auta pomocí úvěru preferuje 44 % respondentů maximální výši měsíční splátky do 3000 korun. V porovnání s výsledky průzkumu, který společnost realizovala v roce 2008, je patrná obliba nižších splátek. Dobu splácení půjčky plánují zájemci o koupit nejčastěji nastavit na pět a více let (52 %). Za poslední tři roky tak vzrostl počet lidí, kteří dávají přednost delšímu splácení o 8 %. O komentář k zajímavým zjištěním jsem požádala generálního ředitele GE Money Auto Milana Beutla:

Ve výzkumu, z něhož čerpají naše řádky, jste se dověděli hodně zajímavostí o tom, co lidé všechno zvládnou za volantem. Jaké sdělení vás hodně překvapilo?

Češi skutečně při řízení zvládají mnoho aktivit, v rámci průzkumu GE Money Auto jsme odhalili i ty, kteří se svými dětmi dělají úkoly do školy. Nejvíce mě ale překvapilo, kolik lidí porušuje dopravní předpisy. Během řízení například téměř každý druhý občas telefonuje bez hands free, čtvrtina řidičů dokonce píše SMS. Mírně zodpovědnější jsou v této oblasti ženy.

Některá sdělení vypovídala právě o ženách řidičkách a majitelkách auta. Zasmál jste se těm kuriózním?

Nečekaným zjištěním pro mne bylo, že 4 % žen se dokáže za jízdy nalíčit. Z průzkumu také vyplynulo, že si ženy překvapivě při řízení méně často povídají se spolujezdcem než muži. Čekali jsme přesně opačný výsledek. Přitom muži řidiči považují svou partnerku za nejpovídanějšího spolujezdce. Takže to vypadá, že ženy v autě mluví jen v případě, že nesedí za volantem.

Co byste sám v autě nikdy nedělal?

Za volantem trávím poměrně dost času, převážně na služebních cestách. Musím tedy i za jízdy vyřizovat důležité telefonáty, k nimž ale zásadně využívám telefon s hands free sadou. Mám také rád ve svém autě pořádek, takže v něm rozhodně nejím a raději si na jídlo někde zastavím.

Podle čeho kupují naši motoristé auta? Je cena stále tím hlavním prvkem při rozhodování?

Cena je určitě jedním z hlavních kritérií, ale podle našeho průzkumu je až na třetím místě. Nejvíce motoristů, konkrétně 92 %, se rozhoduje při pořízení vozu hlavně podle jeho technického stavu. Tři čtvrtiny zájemců o koupit auta pak zajímá spotřeba, která v souvislosti s rostoucími cenami pohonných hmot hraje stále důležitější roli. Naopak nás překvapilo, že předchozí zkušenost se značkou vozu se v žebříčku rozhodujících kritérií výběru vozu umístila až na 10. místě. Věrnost ke značce se tedy mezi českými řidiči příliš nenosí.

Stáří vozového parku je značné, hlad je po ojetých vozech. Pořizují si je Češi raději na úvěr (firmy na leasing), nebo dnes kupují za hotové?

Naše zkušenost je, že si většina klientů pořizuje vůz kombinací vlastních



Milan Beutl

úspor a externích zdrojů. Ve vnějších zdrojích pak jednoznačně převládá úvěr, který například v loňském roce využilo 98 % klientů GE Money Auto. Pouze 2 % klientů si pořídila auto na leasing. Každopádně trh nových i ojetých vozů vykazuje růst zhruba od listopadu 2010. Začátkem letošního roku jsme zaznamenali 15% meziroční nárůst poptávky po nových autech a o 17 % v případě ojetin.

Jeden z vašich produktů se stal v posledních měsících velmi úspěšný. Jaký a proč?

Rostoucí poptávku po financování vozů úvěrem autoCREDIT jsme se aktuálně rozhodli ještě podpořit speciální nabídkou autoCREDIT BONUS, kdy ke každému úvěru přidáváme klientům poukaz na pohonné hmoty až na 1000 kilometrů. Nicméně úvěr autoCREDIT je k nákupu vozu oblíbený dlouhodobě, využilo jej již 200 000 zákazníků. Hlavním důvodem, proč klienti volí právě autoCREDIT, je jeho snadné a rychlé vyřízení přímo u více než 2000 prodejců vozů na počkání do 30 minut.

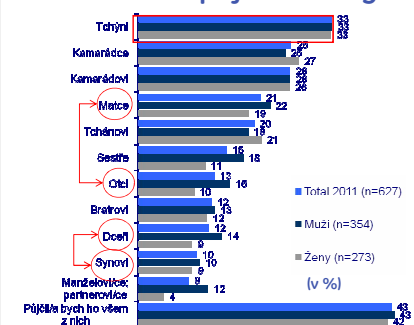
Zpět k ženám a ženám řidičkám.

Co umí lépe než muži?

Obecně se dá říci, že jezdí opatrněji, méně porušují předpisy a více se věnují řízení.

otázky připravila Eva Brixí

Komu auto nepůjčím? Tchní!



Mohlo by vás zajímat:
 • Lidé od 18 do 34 let by své auto kterékoli z těchto osob půjčili častěji než starší řidiči.
 • Řidiči ze segmentu Fanda jsou obecně méně ochotni půjčovat své auto než ostatní skupiny.

- Třetina českých řidičů by své auto nepůjčila tchní.
- Více než čtvrtina by pak auto nesvěřila kamarádovi či kamarádce.
- Muži by častěji než ženy nepůjčili své auto otci, partnerce či sestře.

O portále pro ženy řidičky

Jaký by to byl svět, kdyby se ženy nelišily od mužů? Je to sice hloupá řečnická otázka, ale chtěla jsem jí uvést význam ženského fenoménu ve spojitosti dvou slovíček: žena a auto. Obsahuje je portál, o kterém budou následující řádky. Praxe v České republice totiž jasně ukázala, že úloha ženy v roli zákazníka roste. A to i ve spojitosti s nakupováním ojetých automobilů. V souvislosti s tím, jak roste počet podnikajících žen a žen v manažerských pozicích i jak se mění jejich potřeby, role v rodině, vztah k času. O internetové adrese www.zenaaauto.cz jsem si povídala s Lucií Kadlecovou, která je šéfredaktorkou portálu:

Portál Žena a auto se snaží přinášet rady, informace i trochu zábavy všem, kteří vstoupí. Přesto jak z názvu plyne, cílí zejména na něžnější polovinu lidstva...

Určitě. Portál www.zenaaauto.cz vznikl před třemi lety jako informační automobilové médium určené především ženám. Cílem portálu je pravidelně komunikovat se ženami řidičkami, tedy cílovou skupinou, která je v automobilovém průmyslu stále do značné míry opomíjená. Podle reakcí ale víme, že na web rádi zajdou i muži. A to nás těší.

Vaše internetová adresa už v samém začátku před několika lety chtěla mimo jiné ženy navigovat a usnadnit jim orientaci také v nabídce ojetých automobilů. Daří se to?

Ženy tvoří pro automobilový průmysl zajímavou a stále se rozvíjející cílovou skupinu. V současné době představují zhruba třetinu kupujících a tento podíl se postupně navyšuje. Mají tedy vliv na nákup aut, která pořizují primárně muži. Jejich oslovení je proto zajímavou příležitostí. Na webu Zenaaauto.cz čtenářky naleznou přehled ojetých vozů, recenze aut z pohledu řidičky a řadu dalších rad. Mimo to se na nás mohou kdykoliv obracet s dotazy.

Zjišťovali jste, kdy a proč vlastně ženy kupují ojetý vůz?

Pravidelně zjišťujeme a sledujeme chování a preference žen při nákupu vozu pomocí průzkumů a anket. Z těch vyplývá, že ženy nejčastěji pořizují ojetý vůz jako druhé auto do rodiny. A proto je i výběr z velké části na nich. Důležitým faktorem je určitě i příznivá cena ojetých vozů, kdy se za rozumnou cenu dá pořídit velmi kvalitní automobil.

Co je zásadním měřítkem při rozhodování? Bezpečnost, cena, barva?

Pro ženu je rozhodně v první řadě důležitá bezpečnost, a to zejména, pokud v autě vozí děti. Kromě bezpečí, pohodlí a prostoru hledí nejen na cenu, ale i kvalitu. Nejenom ženy řidičky jsou dnes mnohem náročnější. Jestliže během krize byla hlavním kritériem cena, dnes jsou ženy sofistikovaným zákazníkem, který má požadavky na výbavu vozu. To se odráží např. ve zvýšeném počtu prodejí ojetých vozů s nízkým počtem najetých kilometrů, vozů s klimatizací, s airbagy nebo v častější výměně vozu jako takového.

Je rozdíl v pohledu ženy a muže na design auta? Co dokáže ženu nadchnout a nad čím mávnou muž rukou?

Muži často podvědomě chápou auta jako symbol moci, proto častěji upřednostňují velké vozy s agresivním vzhledem, tedy limuzíny nebo zvýšené vozy SUV

a off-road. Pro muže také bývá důležitější exteriér vozu než jeho interiér, uvnitř auta jsou tedy ochotni k více kompromisům. Ženy dávají přednost celkové vyváženosti auta a klidným liniím. Více také dají na aktuální designové trendy, a to i v oblasti barev. Právě u vozů určených pro ženy začaly automobilky poprvé nabízet možnost výběru z více barevných variant interiéru.

S jakými novinkami se brzy na stránkách Zenaaauto setkáme?

Prostřednictvím Zenaaauto.cz se již od počátku snažíme působit na veřejnost v oblasti bezpečnosti na silnicích, což je téma velmi silně vnímané právě ženskou částí populace. Nadále se tedy budeme věnovat komunikaci témat souvisejících s bezpečností silničního provozu, která bude doplněna více komerčními tématy zaměřenými například na trendy na automobilovém trhu.

Každé dva měsíce také připravujeme pro naše čtenářky soutěže o zajímavé a hodnotné ceny. Dále jsme rozšířili rubriku „Poradna“ o vizitky vozů z pohledu řidičky, která jim umožní lepší orientaci. Web má také novou grafickou podobu.

Patronkou webu Zenaaauto.cz se stala herečka a moderátorka Alice Bendová. Jaké je zapojení celebrity v tomto projektu?

Máme radost, že právě Alice Bendová se rozhodla spojit svou tvář s naším portálem a stala se jeho patronkou. Díky jejímu zapojení se nám lépe daří komunikovat důležitá témata v médiích. Alice Bendová se zapojila do akce bezpečnost v autě a účastní se všech našich promoakcí, které jsou zaměřené jak na ženské publikum, tak na automobilový trh jako celek. Na našem portálu přinášíme i rozhovory s dalšími celebrity a známými osobnostmi na témata související s auty.

Měla by smysl diskuze třeba na téma ohleduplnost na silnici?

Rozhodně ano. V poslední době je toto téma velmi diskutované a je jedním z těch, kterému se chceme věnovat. Úzce souvisí s vysokou nehodovostí na silnici, a proto se pomocí neziskových organizací a odborníků, se kterými spolupracujeme, zaměříme na komunikaci tímto směrem.

Jaké jsou ženy za volantem? Rozpustilé, soustředěné, vnímavé, zbytečně opatrné, nekompromisní?

Určitě bych řidičky nepodceňovala. Možná některým déle trvá, než se „vyjezdí“, některé jsou zbytečně opatrné, a tím brzdí provoz, ale naopak mají na určité věci jiný pohled a jsou vnímavější než muži. Zbytečně neriskují, na silnici nesoutěží a jsou více soustředěné, což rozhodně přispívá ke snížení nehodovosti na silnicích.

ptala se Eva Bixi

Šéfredaktorka portálu Zenaaauto.cz Lucie Kadlecová předává klíče od vozu Volvo Alici Bendové



Příběhy pokory...

Zdá se mi, že čím pracovitější ženy, tím skromnější. Čím více výsledků, tím více pokory. Čím větší úspěch, tím hojněji humoru ostatním i legrace samotných ze sebe. Čím více práce, tím více nadhledu, i vnitřního času věnovaného jiným. V poslední době jsem měla tu čest poznat několik majitelek firem, o nichž si dovoluji tvrdit to, co jsem právě napsala. Víím, člověk těžko hodnotí sám sebe, na to mu zpravidla síly ani intuice nestačí. Málokterá majitelka firmy pozná, že se má právě nyní a za to či ono pochválit a asi žádná o sobě neumí mluvit v superlativech. To musí přijít odjinud, od ostatních. Obdivuji jejich sílu a dávku energie, která je tolik nakažlivá, leč nepřenositelná. Obdivuji ty jiskry, které takové výjimečné ženy v sobě nosí; ty, které živí oheň každodenního rizika, jež podnikání od kolébky provází. Každá v sobě nese podnikatelský příběh, o němž netuší, že je už dávno dramatem. A příběhy jsou o tom, aby se jimi uměly inspirovat ostatní. A tak bych ráda poprosila – aniž ubíráte ze své každodennosti, vyprávějte své příběhy, rozdělte se s ostatními. Rádi budeme naslouchat.

vaše Eva Brixi



Tip Grady

Narazíte na ně v každé firmě - manažeři, kteří nejráději všechno dělají sami a myslí si, že ostatní „jsou k ničemu“. Všechny informace střeží víc než státní tajemství a z pracovního dne dělají peklo sobě i ostatním. Uznávaný autor Schuster Klaus vtípně vrhá světlo na ty největší a nejčastější hříčky manažerů, kterých se při každodenní práci dopouštějí, a především ukazuje, že to jde i jinak. Obohatte své dosavadní poznatky o mnoho zajímavých informací a příkladů z praxe.

zpráva o mnoho zajímavých informací a příkladů z praxe.



Poroste úloha komunikace firem, institucí a veřejnosti?

► Věra Hloušková, tisková mluvčí, Muzeum hlavního města Prahy

Každý vedoucí pracovník úřadu nebo firmy, který nese odpovědnost, musí být připraven sdělit veřejnosti informace. Všechny informace sehrávají důležitou roli při posuzování každé instituce. Média tak představují mocnou sílu v současném světě, kdy kvalita a rychlost komunikace v širším smyslu mají rozhodující vliv na postavení jednotlivých subjektů politiky či ekonomiky. Význam komunikace firem a institucí s veřejností rozhodně poroste.



Co oceňujete na podnikatelkách a manažerkách?

► Ing. Miroslav Toman, CSc., prezident Hospodářské komory ČR

Především oceňuji jejich umění skloubit pracovní povinnosti s rodinou, zvláště když při tom zůstanou ženami. Víím, že to nemají lehké. A samozřejmě vysoce hodnotím schopnosti, jako u všech ostatních – řídit lidi, firmu, dosahovat dobrých ekonomických výsledků.

partneři www.madambusiness.cz

 www.amway.cz	 www.yourchance.cz	 www.geniusmedia.cz
 www.orea.cz	 www.unicreditleasing.cz	 www.ngprague.cz
 www.katerinaresort.cz	 www.kiamotors.cz	 www.mafas.cz
 www.kiamotors.cz	 www.svamberk.com	
 www.credium.cz	 www.lg.com	 www.reginakosmetika.cz
 www.templarske-sklepy.cz	 www.bon-bon.cz	 www.ladymoda.cz
 www.vox.cz		
 www.zpmvcr.cz	 www.modelpraha.cz	 www.zts.cz
 www.ab-cosmetics.com	 www.economy-rating.cz	 www.coop.cz
		 www.cetelem.cz

Prosperita Madam Business

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 5, červen 2011

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

Informace do kabelky

Nové pojištění DOMEX START

Česká podnikatelská pojišťovna, a.s., Vienna Insurance Group (dále jen „ČPP“) rozšířila spektrum pojištění, které mohou zájemci pohodlně sjednat on-line, a tedy bez nutnosti návštěvy kamenné pobočky. Aktuálně ČPP prostřednictvím internetu nabízí nový produkt DOMEX START pro pojištění domácnosti, nemovitosti a odpovědnosti za škodu občanů. DOMEX START je komplexní pojištění majetku. Předmětem pojištění jsou rodinné domy, byty ve smyslu stavby či další nemovité objekty jako garáže a vedlejší stavby – např. bazén, studny, zahradní chaty, stodoly apod. Pojistka kryje škody tohoto majetku v důsledku požáru, výbuchu, úderu blesku, pádu letadla, záplav, povodní či vichřice, ale také v případě rádní vandalů či poškození stavby při vloupání. Společně s pojištěním nemovitosti lze sjednat i pojištění domácnosti, tedy veškerých movitých věcí, které tvoří zařízení domácnosti a slouží k uspokojování potřeb jejich členů. To znamená kupříkladu elektroniku, nábytek, klenoty, umění a cennosti, ale také domácí a drobné zvířectvo, jízdní kola, kočárky, invalidní vozíky nebo zdravotnické pomůcky.

Zájemci si pojištění DOMEX START ale mohou dále rozšířit. Mohou využít doplňkových pojištění, například proti poškození nebo zničení skel a sklokeramických desek s limitem pojistného plnění 10 000 korun. Velmi žádané je také pojištění poškození nebo zničení elektroniky přepětím nebo zkratem s limitem pojistného plnění ve výši 20 000 korun. Nedílnou součástí

produktu je i nabídka pojištění odpovědnosti, kdy je pojistná ochrana poskytována pojištěnému pro případ vzniku škody, kterou způsobí jinému.

Nově mají klienti také možnost volit ze široké nabídky asistenčních služeb, z nichž domácí asistence v základním rozsahu je klientům poskytována zdarma.

(tz)



Splendid je stoletá hodnota

Člověka potěší, když má možnost vnímat skutečné hodnoty, které prověřil čas, šikovnost lidí, tradice, nápady. K takovým hodnotám patří produkce sklárny Moser, která náleží ve světovém měřítku k vrcholu řemeslné rukodělné výroby v oboru nápojového a dekorativního skla. Nadčasový design, náročné zpracování ekologického bezolovnatého křišťálu, dokonalé ruční broušení, rytí, dekorování zlatem nebo platinou přináší radost majitelům, výstavním síním, organizátorům soutěží. Od roku 1857 je značka Moser symbolem společenského postavení, estetického cítění a váženosti.

Moser
since 1857

Moser je proslulý svými jedinečnými limitovanými kolekcemi uměleckých dekorativních výrobků a luxusními nápojovými soupravami. Jedinečnost produktů podtrhuje nejen výroba z čirého bezolovnatého křišťálu, ale rovněž široká škála používaných barev tavených podle původních chráněných receptur a originální rytina. Křišťálové sklo Moser trvale poutá pozornost klientů z nejvyšších společenských vrstev. S výrobky sklárny se můžete setkat na státních recepcích, v interiérech panovnických paláců, vládních budov a sídlech známých osobností na celém světě. Lze je zakoupit v prestižních obchodních centrech a galeriích od Londýna přes Prahu, Moskvu, Šanghaj, Tokyo až po New York.

Sortiment Moser reprezentují tři základní skupiny výrobků:

- umělecké rytiny a skleněné plastiky pro vybavení interiéru,
- exkluzivní nápojové soupravy vyznačující se charakteristickým brusem, rytinou a zlacením nebo platinováním,
- originální dárkové předměty vysoké kvality vhodné pro výjimečné osobnosti a výjimečné příležitosti.

Společnost Moser má stále obchodní kontakty, vytvořené na základě dlouhodobých vztahů se svými klienty a obchodními zástupci, takřka na celém světě. Obchodní

diverzifikace umožňuje překonávat výkyvy jednotlivých státních ekonomik a dokáže úměrně rozdělovat podnikatelské riziko. Díky pružné obchodní politice Moser reaguje na specifická přání klientů na jednotlivých trzích, a tím posiluje svoji pozici exkluzivního dodavatele originálních produktů. Moser pravidelně inovuje svůj sortiment s ohledem na měnící se vkus a potřeby mladší generace zákazníků a současného životního stylu. Tradiční historické jádro výrobního sortimentu však zůstává nadále atraktivní jak svou užitnou hodnotou, tak i z uměleckého a sběratelského hlediska. Sklárnu Moser charakterizuje široký sortiment výrobků a schopnost rychle reagovat na měnící se požadavky zákazníků na všech trzích. V posledním období firma zaznamenává růst prodeje a zvyšování efektivnosti. V ostré mezinárodní konkurenci společnost své renomé trvale rozvíjí především díky vysoce kvalifikovaným odborníkům ve všech profesích. Rodinná sklárna Moser pokračuje v tradici osobních vztahů se zákazníkem, nebrání se inovativním řešením a chystá i „něco“ pro oslovení mladší generace. Jak uvedli v květnu na tiskové konferenci

v Praze reprezentanti společnosti Moser, váží si každého zákazníka, jemuž značkové sklo ucarovalo, ať už si pořídí drobnost, anebo třeba nápojový soubor Splendid, který se na trhu udržel již 100 let. Dosud je nejžádanějším moserovským nápojovým a interiérovým souborem všech dob. Jak značku Moser charakterizovat? Jako pobídku ke koupi dárku, jako příležitost vnést do duše pokušení a pořídít na vlastní jídelní stůl cosi výjimečného? Jako touhu mít na očích něco, před čím se sklání odborníci skláři i mistři designéři celého světa? Každý nechť si to sklářské know-how z Karlových Varů ocení po svém. Jedno je však jasné – i v dnešním překotně uspěchaném světě existují hodnoty, jež našemu vnímání neutečou.

(tz, rix)



Resveratrol jako anděl strážný

Víno se dá rozumně popíjet vlastně každý den, třeba při chvilce rozjímání těsně před spaním, kdy člověk odkládá své povinnosti a všední stres, kdy usedá do křesla se zájímavou knihou, zaposlouchá se do příjemné hudby na dobrou noc, nebo si připije s přáteli, kteří se zastavili na kus řeči. Je na každém, jaký rituálek si ze sklenky pro radost udělá. Může totiž být i pro zdraví. O nejnovějších poznatcích na atraktivní téma jsem hovořila s Danou Odehnalovou, autorkou projektu „Vino pro zdraví“:



Dana Odehnalová

O víně se všeobecně ví, že má v umírněném množství velmi příznivé účinky na lidské zdraví. Nikdo však pořádně nepotvrdil jaké a proč, ani další souvislosti.

Zdraví prospěšné látky obsažené ve víně, jejichž nejznámějším představitelem je resveratrol, vykazují široké ochranné působení na buňky, tkáně, orgány a celý organismus. V současné době řada pracovišť testuje biologické vlastnosti resveratrolu od antioxidantních vlastností a vlivu na aterosklerózu a kardiovaskulární choroby až po antimutagenní efekt a chemoprevenci nádorových onemocnění. Dále se uvádí jeho schopnost bránit stárnutí buněk a organismu nebo zpomalovat proces degenerace mozku při některých neurologických onemocněních (např. Alzheimerova choroba). Resveratrol sehrává pozitivní roli i u cukrovky (Diabetes mellitus 2. typu), jako prevence poškození jater, podporuje funkci imunitního systému a svými antivirálními a antibakteriálními účinky pozitivně ovlivňuje infekce zažívacího traktu nebo chřipky. Velmi významnou úlohu může sehrát i v oblasti reprodukčního zdraví žen i mužů. Z toho vyplývá, že příznivé účinky vína jsou stejně vhodné pro zdraví ženy i muže.

V čem tedy spočívá schopnost bránit stárnutí buněk? Znamená to, že nám může uvážlivé pití vína prodloužit náš život?

V posledním desetiletí došlo k identifikaci

více genů, které prodlužují délku života a současně mohou oddálit nástup některých onemocnění, jako je rakovina, diabetes a neurodegenerace. Jednou ze sloučenin, která patří mezi aktivátory těchto genů, je i resveratrol obsažený ve víně. Výsledky stále pokračujících dlouhodobých výzkumů Davida Sinclaira z bostonské Harvard Medical School naznačují, že klíčem pro prodloužení života je zvýšení aktivity genu SIRT1, jehož aktivitu v lidských buňkách až 13krát zvyšuje právě resveratrol obsažený ve víně. Podle něj resveratrol zpomaluje stárnutí buněk srdce a mozku, jež jsou obzvláště citlivé k degeneraci v pokročilejším věku. Když v září 2003 představil tehdejší výsledky svého výzkumu na kongresu ve Švýcarsku, odpověděl v diskusi na otázku, zda zvýší svou spotřebu červeného vína, následovně: „Já jsem zvýšil svou spotřebu červeného vína na potřebnou úroveň dávno před tím, než jsem došel k tomuto objevu.“

Hovoříte v souvislostech s příznivými účinky vína na náš organismus tedy spíše o červeném víně?

Přes jednoznačný názor, že pití malého množství vína má příznivý dopad na vznik a rozvoj aterosklerózy, a tím i na srdeční infarkt a mozkovou mrtvici, zůstává stále otevřena otázka, jestli je skutečně pití červeného vína prospěšnější než pití vína bílého. Bílé víno na rozdíl od červeného vína obsahuje mnohonásobně menší množství zdraví prospěšných látek a jeho antioxidantní kapacita je tím ve srovnání s červeným vínem velmi nízká. Průměrná koncentrace resveratrolu se nejčastěji udává u bílých vín přibližně 0,2–0,8 mg/l, v červených vínech je jeho koncentrace mnohem vyšší. Důvodem, proč je v červeném víně více antioxidantů, je fakt, že se při výrobě červeného vína ponechává slupka hroznu po určitou dobu fermentovat. Je to právě vinná slupka, která obsahuje tyto zdraví prospěšné látky. Bílé víno nezůstává při fermentaci na slupkách, a proto jsou v něm tyto zdraví prospěšné látky v menším

množství. Množství zdraví prospěšných látek ovšem nezávisí zcela a pouze na barvě vína a technologii zpracování vinných hroznů, ale je ovlivněno také půdou, na které hrozny vyrostly, a dalšími faktory, jako např. klimatickými podmínkami, lokalitou nebo odrůdou. Jeho množství ovlivňuje i doba sklizně.

Jste autorkou projektu Vino pro zdraví a webových stránek www.vinoprozdрави.cz. Proč projekt vznikl a komu jsou webové stránky určeny?

V České republice je povědomí mnoha lidí spojeno s vynikajícími bílými víny. Ve vztahu k vínům červeným stále ještě přetrvávají mýty o lepších zahraničních červených vínech, o čemž svědčí výsledky marketingových průzkumů trhu z roku 2008. Projekt „Vino pro zdraví“ vznikl na podporu prodeje červených českých vín. Součástí projektu jsou webové stránky www.vinoprozdрави.cz, které jsou určeny všem konzumentům vína a obsahují informace o příznivých účincích vína na lidský organismus. Jsou zde však otevřeny i otázky onemocnění, jako je rakovina prsu, která patří mezi dvě nádorová onemocnění, jež mohou být při pití nadměrného množství alkoholu naopak ovlivněna nepříznivě. Na těchto stránkách spolupracují s celou řadou významných českých lékařů z různých medicínských oborů.

Co běžný konzument vína o tomto nápoji ještě neví právě ve vztahu ke svému zdraví?

Do dnešní doby byla publikována řada medicínských studií o příznivých účincích pití vína na lidský organismus. Z jejich výsledků je zcela zřejmý příznivý vliv pravidelného pití přiměřeného množství alkoholu na cévní a srdeční onemocnění, nervová a nádorová onemocnění, plodnost a reprodukční zdraví ženy i muže, onemocnění cukrovkou a řadu dalších, jak jsem již naznačila. Na www.vinoprozdрави.cz se běžný konzument může odborníka v diskuzním fóru (to se nyní připravuje) zeptat na to,





Galerie Alexandra Onishenka v Praze, kde se v harmonii s uměleckými díly uskutečnila nejedna ochutnávka skvělých vín z nabídky společnosti ResVinia zejména pro V.I.P. klientelu...

► co ho ve vztahu ke svému zdraví zajímá. Odpovědi na nejčastější otázky budou dostupné k přečtení všem zájemcům.

Komu se dnes doporučuje konzumovat v přiměřených dávkách červené víno? Vyrozuměla jsem, že mohou i diabetici. Jak je to u těhotných žen?

V 70. letech bylo prokázáno, že mezi vysoce rizikové faktory výskytu a úmrtí na srdeční infarkt patří jednoznačně cukrovka. Překvapivě bylo posléze zjištěno, že mírná spotřeba alkoholu u diabetiků toto riziko významně snižuje. Střídmá konzumace alkoholu nezlepšovala pouze prognózu diabetiků, ale omezovala i riziko vzniku cukrovky 2. typu. Také dlouhodobý výzkum bostonské Harvard Medical School prokázal, že pravidelné a mírné pití vína snížilo u sledované skupiny riziko rozvoje dědičné cukrovky téměř o 60 % oproti abstinentům nebo příležitostným konzumentům vína. Lze tedy konstatovat, že pití malého množství alkoholu nejen snižuje samotný výskyt cukrovky, ale má i příznivý efekt na vznik a vývoj aterosklerózy a snižuje významně výskyt srdečního infarktu u osob trpících cukrovkou. Z těchto důvodů by měly preventivně pít malé množství vína nejen osoby se zvýšenou možností výskytu cukrovky, ale i pacienti, kteří již cukrovku mají. Rozhodně by to mělo být suché víno s nízkým obsahem zbytkového cukru. Naopak konzumace alkoholu u těhotenství může nepříznivě ovlivňovat vývoj plodu. Zejména bývá poškozen mozek. Dnes je známo, že nejen déle trvající příjem alkoholu, ale i jednorázová konzumace nadměrného množství alkoholu, může mít vliv na poškození mozku plodu s trvalými následky. Stejně tak může nepříznivě ovlivňovat vývoj mozku kojence pití alkoholu v době kojení. Alkohol proniká snadno do mateřského mléka a obdobně jako u plodu v těhotenství postupuje tělem dítěte.

Jaká je doporučená dávka „rozumného“ množství vína? A jak často se má víno pít, aby se projevilo jeho příznivé působení na náš organizmus?

Naši přední odborníci doporučují u mužů maximálně 2–4 dcl vína, u žen méně, asi tak 2–3 dcl vína každý den, jiní odborníci doporučují pití tohoto množství vína maximálně 5 dní v týdnu a pouze u zdravých lidí.

Součástí www.vinoprozdрави.cz je i poradna sommeliera. Znamená to, že kdokoliv se může na webové stránky podívat a najde tam informace nejen o vlivu vína na lidský organizmus, ale rovněž informace o skladování vína, o jeho uchování, o snoubení pokrmů a vína a podobně?

Poradna sommeliera přináší pro zkušenější i méně zkušené milovníky vína řadu užitečných informací. Například správným snoubením pokrmů a vína se může dosáhnout vyniknutí chuti jak vína, tak i podávaného pokrmu. Na základě získaných zkušeností je příjemné, překvapující a často i zajímavé využití harmonie vůní a chutí podávaného pokrmu a vína.

S jakými pokrmy červené víno nelépe ladí ve smyslu dělám více pro své zdraví?

Střední koncentrace resveratrolu se udává v červených vínech cca 2–6 mg/l, v bílých vínech je jeho koncentrace nižší, cca 0,2–0,8 mg/l. To znamená, že 1 mg resveratrolu je obsažen

v 0,17–0,50 l červeného vína.

U zeleniny je množství 1 mg resveratrolu obsaženo např. ve 2,5 kg mrkve karotky, 2,2 kg čínské zelí, 1 kg kapusty hlávkové, 0,4 kg kapusty růžičkové nebo červeného zelí, 0,6 kg červené řepy nebo 0,5 kg podzemnice olejné (burské oříšky) a 1,1 kg čajovníku čínské (zelený čaj). Současně některé zdroje uvádějí, že resveratrol je látkou nepolárního charakteru, která není rozpustná ve vodě. Víno je díky obsahu alkoholu (nepolárního rozpouštědla) vhodným médiem, a proto je v této podobě snáze dostupný. Optimální je patrně kombinace konzumace zeleniny a vín, což odpovídá stravovacím zvykům Francouzů, kteří mají současně vysokou spotřebu tuků, a přesto nižší výskyt cévních onemocnění. Podle některých odborníků představuje červené víno v lidské výživě hlavní zdroj polyfenolických sloučenin; 0,2 l červeného vína obsahuje často 0,6 mg resveratrolu. Průměrný příjem resveratrolu z běžných potravin denně je asi 0,2–0,6 mg. Z výše uvedeného vyplývá, že k červenému se hodí například steak se zeleninovou oblohou nebo ještě lépe se zeleninovým salátem. Resveratrol obsažený v zelenině náš organizmus v kombinaci s vínem snadněji využije.

Je víno s vyšším obsahem resveratrolu na našem trhu?

Známkové bílé víno Dan Ermite, firmy Znovín Znojmo, a.s., je na našem trhu dostupné již několik let. Jedná se o cuvée Veltlínského zeleného se zvýšeným obsahem resveratrolu. Je však potřeba mít na paměti, že červená vína obecně obsahují mnohonásobně více resveratrolu než vína bílá. První červené víno s vyšším obsahem zdraví prospěšné látky resveratrolu uvedla na náš trh v květnu letošního roku společnost ResVinia, spol. s r. o. Jedná se o červené známkové víno Bona Dea s přívláskem výběr z hroznů a lze ho nakoupit přes www.vinoprozdрави.cz.

za informace poděkovala Eva Brixi

foto archiv ResVinia, spol. s r.o., a Alexandr Onishenko



Držet dané slovo a být upřímná

Kdo by neměl rád plyšáky a hračky vůbec! Dospěláci si je stejně tak rádi pohladí jako jejich ratolesti. Často nás provázejí od dětství až po dobu, kdy si říkáme, že jsme zkušení. Míváme je jako talismany na služebních cestách, jsou třeba i součástí klíčenek, a dlouho dlouho zůstávají tyhle ty nejmilejší předměty nejen v dětských pokojích, ale i v manažerských pracovnách. Většinu z nás provázejí životem výrobky z družstva umělecké výroby Moravská ústředna Brno jako vzpomínka na ty nejkrásnější chvíle, na dobu bezstarostnosti a ryzího dětství. Toto družstvo již tři desetiletí vede žena, kterou obdivuji, Jana Malá. Na stránkách Prosperity Madam Business jste se s ní setkali již několikrát. Nejen v souvislosti se slávou, jež obletěla svět, se tentokrát k jejím myšlenkám vracíme:

Moravská ústředna Brno se opět proslavila – Krteček se dostal nejen do celého světa, ale i do vesmíru. Jak to všechno s těmi nebeskými výšinami bylo?

Tak jak to v životě bývá, je příběh o letu Krtečka do vesmíru souhra náhod, která přeje připraveným. V listopadu loňského roku jsme byli osloveni Velvyslanectvím Spojených států v Praze, Americkým centrem a Astronomickým ústavem AV ČR, jejichž zástupci hledali vhodného velvyslance České republiky pro historicky poslední let amerického raketoplánu Endeavour. Shodou šťastných náhod padla konečná volba na Krtečka dle originální předlohy Zdeňka Milera. Toto rozhodnutí spustilo lavinu událostí

se šťastným koncem – plyšový maňásek Krteček vyrobený v Moravské ústředně Brno, létá od 16. května 2011 na palubě raketoplánu společně s klíčovou osobou tohoto příběhu, astronautem Endrew Feustelem, který má rodinné vazby v ČR. Endrew Feustel byl ten, kdo rozhodl, že Krteček bude ten nejlepší reprezentant ČR. Tomuto úspěchu předcházelo trošku bláznivé zadání s šibeničním termínem realizace. Náš Krteček je totiž součástí osobního balíčku

astronauta a musel vyhovět požadavkům NASA na rozměry a nehořlavost. Fyzický vzorek musel být odeslán do USA den po té, co jsme se dozvěděli o jeho nominaci. Vesmírná varianta Krtečka musela samozřejmě vyhovět požadavkům autora předlohy – pana Milera. Díky ochotě, nasazení a zájmu všech zúčastněných se dílo podařilo. Krteček se stal prvním a neúspěšnějším astronautem ČR v 21. století. Úspěch tohoto astronauta je celosvětový.

Vážím si toho, že mi pracovníci ve firmě důvěřují a já jsem se naopak na ně mohla v těžkých situacích vždy spolehnout. To je v praxi výsledek realizace jedné rady, kterou jsem se v životě řídila, totiž držet dané slovo a být upřímná.

Zdá se, že kvalitní česká hračka, ačkoli musí čelit velké konkurenci, přece jen své místo na slunci obhájila. Jak u domácích zákazníků, tak u zahraničních. Kam exportujete?

Naše produkty vyvážíme do většiny zemí Evropské unie, do USA, Austrálie, ale i Asie,

Ruska. V současnosti je to 29 zemí. Jedná se především o sortiment textilních a plyšových maňásků a dále celou řadu provedení Krtečka.

V čele družstva umělecké výroby stojíte řadu let. Jste jednou z předních a respektovaných českých manažerek. Vedete tým, na který se můžete spolehnout, umíte lidem zajistit práci. Co je předpokladem úspěchu v době, která je stále ještě poznamenána ekonomickou krizí?

V dnešní době mi připadá, že úspěšné podnikání není jenom o vizi, zvolení správné strategie, kvalitním a dělném kolektivu kolem vedoucího manažera, ale i nekonečném odhodlání stále se přizpůsobovat měnícím se podmínkám pro podnikání. Z pohledu firemní úspěšnosti je naší snahou držet krok s vývojovými trendy v oboru, ale samozřejmě sledovat konkurenci, a hlavně předvídat.



Jana Malá

► Základem úspěchu v našem oboru je mít tzv. dobrý a zajímavý produkt, kvalitně vyrobený, nabídnutý na patřičné úrovni, a ještě za přijatelnou cenu. Dnešní zákazník hledá výrobek, který mu poskytne něco navíc, nějakou přidanou hodnotu. Při tom našem podnikání však máme i trochu toho štěstí, a sice, že jsme před 27 lety začali úzce spolupracovat, kromě dalších osobností, s autorem populární pohádkové postavičky Krtečka panem Milerem, čehož si velmi vážíme a je nám velkou ctí, že i on osobně naši spolupráci oceňuje. Pokud máme za sebou kolem 200 pracovníků, kteří očekávají, že budou mít práci, a ještě v oboru, který není vůbec populární z hlediska odměňování, nezbyvá nic jiného než hledat jiné způsoby motivace včetně působení na upevňování vztahů k firmě. Co nám budou platné prodejní úspěchy, když nebudeme mít dostatek pracovníků, kteří nám zboží vyrobí. Je pravdou, že působit ve stejné firmě více než 30 let ve vedoucích pozicích je svým způsobem velké uznání mé práce a vytváří příjemný pocit, zvláště když celou dobu se nám dařilo i daří. Vždy si ale uvědomuji i jednu podstatnou skutečnost. Povedlo se mi obklopit lidmi, kteří měli nejen stejné podnikatelské zájmy, ale dokázali jsme je společně prosazovat. Vážím si toho, že mi pracovníci ve firmě důvěřují a já jsem se naopak na ně mohla v těžkých situacích vždy spolehnout. To je v praxi výsledek realizace jedné rady, kterou jsem se v životě řídila, totiž držet dané slovo a být upřímná.

Někdo tvrdí, že jsou zahraniční obchodní partneři tvrdší než čeští. Myslíte si to také?

Nemyslím, že by byli tvrdší. Pod tímto výrazem si spíše představuji zástupce některých obchodních řetězců v ČR, kteří dokáží být až nekompromisní a arogantní. Po třiceti letech zkušeností se zahraničními obchodními partnery v oboru našeho podnikání bych spíše hodnotila jejich chování jako průměrnější a otevřenější. Pokud si v začátcích vzájemně vyříkáte podmínky a možnosti, vede to k úspěšné a dlouhodobé spolupráci.

A naučila jste se od nich něčemu?

Připomnělo mi to první roky ve funkci tehdy obchodní náměstkyně, kdy jsem se začala setkávat s našimi zahraničními partnery z tzv. staré školy. Právě z těchto rozhovorů mi zůstaly v paměti jejich rady: – malý obchod je taky obchod a nikdy nevíš



Americké centrum,
Velvyslanectví Spojených států amerických v Praze,
Česká kosmická kancelář
a Astronomický ústav AV ČR



DO KOSMU S KRTEČKEM

Krtek z České republiky na palubě amerického raketoplánu

Český Krtek výtvarníka Zdeňka Milera je maskotem amerického astronauta Andrewa Feustela při historicky poslední misi raketoplánu Endeavour.

Pro děti i dospělé jsme při této příležitosti připravili řadu programů, které chceme prezentovat jak v rámci škol, tak i široké veřejnosti během různých setkání po celé ČR.

www.DokosmusKrtkem.cz

Cestu Krta do vesmíru komentovanou českými odborníky na kosmonautiku sledujte na: www.facebook.com/DokosmusKrtkem
Zpravodajství NASA o misi STS-134 pak na: www.nasa.gov



2011 | MISE STS 134



jakého obchodního partnera tím získáš pro budoucnost – dané slovo či dohoda platí – pamatovat si, že zákazník je náš pán. Bohužel v dnešním byznysu se takové zásady moc „nenosí“ a je to opravdu velká škoda.

Jak argumentujete, když je nutné obhájit a upozornit na vysokou kvalitu vašich hraček?

Našími argumenty vždy bylo a zůstává: evropský design, ruční práce, jakostní a certifikované materiály, kvalita konečného výrobku, dodržení potvrzeného termínu dodávek. V posledním období je důležitým

argumentem pro evropské zahraniční partnery skutečnost, že zboží je vyráběno v ČR, tj. v Evropě, a ne například v Číně.

Celospolečenská objednávka oživila diskuze o etice podnikání. Jaký nešvar vadí nejvíce vám osobně?

Navází odpovědi na jednu z vašich předešlých otázek, kdy si myslím, že již neplatí v potřebné míře zásady, jako jsou – co se dohodne, nebo dokonce slíbí, obratem nemusí platit – zavádějící a účelová reklama, která nepravdivě informuje zákazníka. Ze své manažerské praxe – je to především neetické chování firem a jejich představitelů v oblasti nerespektování platných zákonů, plagiátorství, uvádění na trh závadných výrobků a zboží, a to vše bohužel bez postihů.

za odpovědi poděkovala Eva Brixl



Pozitivně naladěný hotel

Při setkání s lidmi a novým prostředím dáváme na první dojem, který obvykle už neměníme. Mohou na vás zapůsobit buď příjemně, nebo bez zvláštního dojmu, případně vám na nich hned něco vadí a odpuzuje vás. Proto bývá tak důležitý první dojem při návštěvě hotelu. Člověk by měl mít silný pocit, že je zde vítaným a váženým hostem. O tom, co na něj hluboce zapůsobí, rozhoduje mnoho věcí, často i drobných detailů. Prvořadý však je vstřícný a pozitivní přístup hotelového personálu. V ALBION HOTELU v pražské čtvrti Jinonice vás pohodová atmosféra obklopí hned po otevření dveří do vstupní haly. Není to náhoda, ale dokonale propracovaný systém. Hovořili jsme o tom s generální ředitelkou tohoto hotelu Ing. Danou Ficlovou.

**TOP
HOTELS
GROUP**



Ing. Dana Ficlová

Především bych vám rád pogratuloval k úspěchu v prestižní soutěži Manažer roku 2010. Co pro vás takové ocenění znamená, z čeho pramení a jak vás může motivovat v další práci?

Za gratulaci děkuji. To získané ocenění nepovažuji jenom za svůj osobní úspěch, ale beru to především jako úspěch silné společnosti TOP HOTELS GROUP a.s., všech našich zaměstnanců, kteří se na výsledcích TOP HOTELU Praha i ALBION HOTELU podílejí. Pro mne osobně to byla zejména příležitost seznámení se s lidmi ve vedoucích funkcích z jiných firem, jiných oborů, dozvědět se „jak to dělají někde jinde“.

Hovořili jste spolu před rokem v době, kdy ještě hoteliéři i turistický ruch jako celek pocítovali dopad krize. Zaznamenala jste od té doby výrazné zlepšení, přichází více hostů?

Je veřejným tajemstvím, že rok 2009 nebyl pro hotely v Praze tím nejideálnějším. Naštěstí rok 2010 byl již lepší a zatím dle výsledků za první čtvrtletí to vypadá, že oba dva naše hotely, jak TOP HOTEL Praha, tak ALBION HOTEL budou na tom lépe než v roce 2010. Například duben 2011 byl zatím od otevření hotelu ALBION v roce 2006 tím nejsilnějším v počtu ubytovaných hostů za daný měsíc.

Co máte na práci ředitelky hotelu ráda a jak řešíte problémy, které manažerská funkce přináší?

Nemám ráda stereotyp. A ten vám v práci v hotelu s kapacitou 290 pokojů, konferenčním centrem pro 600 lidí, dvěma restauracemi, letní terasou a s 24hodinovým celoročním provozem určitě nehrozí. A při řešení problémů se řídím krédem „Pozitivní myšlení – snažit se hledat cesty k překonávání překážek, a ne důvody, proč něco nelze“.

Které místo v ALBION HOTELU nebo jeho okolí s oblibou vyhledáváte a co považujete za jeho výkladní skříň, jíž se můžete chlubit před návštěvníky?

Já osobně pro své pracovní schůzky preferuji v zimě zejména posezení na lobby baru se zapalným krbem, v létě je to letní terasa s výhledem do zahrady s fontánou. Během těch pěti let od otevření hotelu

jsem ale vyzorovala, že hostům se nejvíce líbí dominantní schodiště uprostřed hotelové haly. Například herečka Sabina Laurinová si vybrala náš hotel pro natočení rozhovoru do nejmenovaného časopisu, aby focení mohlo proběhnout právě na tomto schodišti.

Setkáváte se denně s turisty, často i s VIP hosty, jednáte se zaměstnanci. Čím si lidi získáváte na svoji stranu?

Ke všem našim hostům i partnerům se snažím chovat tak, aby měli pocit, že jsou pro nás tím nejdůležitějším klientem, opět se vrátím ke krédu pozitivního myšlení. Když už nastane nějaký problém, tak se ho snažím vyřešit a nehledám důvody, proč něco nelze. U zaměstnanců mám osobní podíl na výběru, hodnocení, rozvoji a motivaci pracovníků naší firmy. Dávám příležitost nejen zkušeným, ale i mladším, nově nastoupivším spolupracovníkům, aby se spolupodíleli na strategii firmy a přicházeli s novými nápady.

Když jsme si spolu nedávno povídali, uvedla jste, že k vašim mimořádným zážitkům patřilo setkání s Jeho Svatostí 14. Dalajlámou. Jaký dojem na vás

duchovní vůdce Tibetu učinil a jak se choval jako host ve vašem hotelu?

Ano, bylo to ještě v té době, kdy jsem pracovala v TOP HOTELU Praha. Působil velice přívětivě a mile, vstřícně

Dávám příležitost nejen zkušeným, ale i mladším, nově nastoupivším spolupracovníkům, aby se spolupodíleli na strategii firmy a přicházeli s novými nápady.

komunikoval s našimi hotelovými hosty, pro které to byl určitě také příjemný zážitek.

► **Prošla jste přípravou na hotelové škole. Čím vás obohatila?**

Za největší přínos ze studií na střední hotelové škole považuji účast na různých hotelových praxích, kde jsem měla šanci projít všemi úseky od housekeepingu, přes obsluhu, kuchyň, recepci. Zahraniční praxe mne obohatily také jazykovými znalostmi. Byl to určitě dobrý základ pro nástup do tak velkého a rozmanitého hotelového komplexu, jakým je TOP HOTEL GROUP a také pro další studium na vysoké škole.

Vaříte ráda? Prozradíte své oblíbené jídlo?

Vařím ráda, ale přiznám se, že nevařím moc často. Oblíbených jídel mám více – tak například špagety s mozarellou, bazalkou a rajčaty nebo slovenské

brynzové halušky. Své kouzlo vidím i v přípravě barbecue party v létě na zahradě pro své známé.

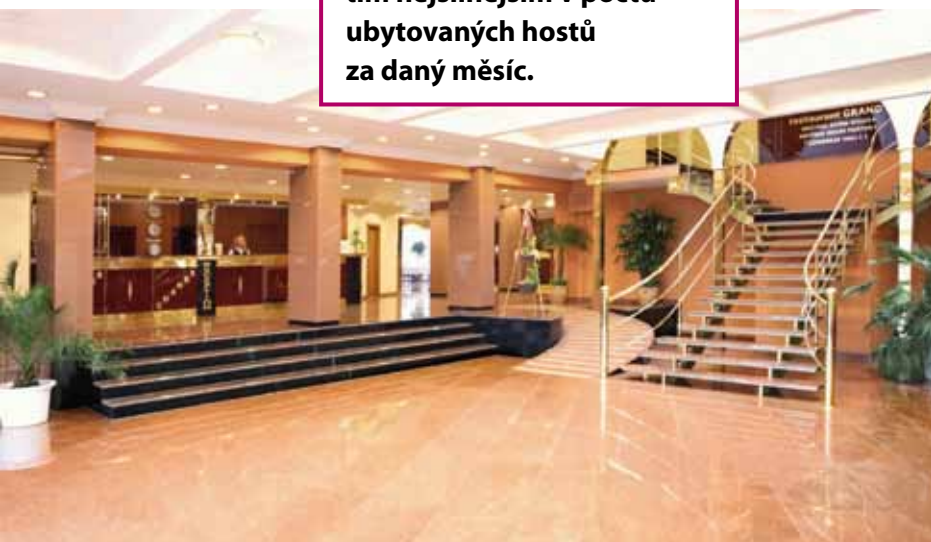
Co byste poradila ženám, které chtějí uspět ve svém profesním i osobním životě?

Dle mého názoru je základ, aby měly ve svém soukromém životě nablízku lidi, kteří je podrží a pochopí i v případě, že nějaký den v práci se úplně nevydaří podle

představ. Dále, aby je ta práce hlavně bavila a naplňovala.

rozhovor připravil
Pavel Kačer

Například duben 2011 byl zatím od otevření hotelu ALBION v roce 2006 tím nejsilnějším v počtu ubytovaných hostů za daný měsíc.



Ceny hotelových pokojů klesly, obsazenost roste

Loňský propad cen hotelových služeb pokračoval i v prvním čtvrtletí letošního roku, kdy se průměrná dosahovaná cena za tří- až pětihvězdičkový hotelový pokoj meziročně snížila o dalších 6 % na 1027 korun. V březnu dokonce průměrná cena za pokoj klesla pod 900 Kč, což je nejméně od roku 2009, kdy společnost KPMG Česká republika zahájila průzkum TLT benchmark, v jehož rámci monitoruje aktuální poptávku po ubytovacích a konferenčních službách v ČR.

Pokles ceny za pokoj byl v prvním čtvrtletí tohoto roku mírně vyvážen vyšší obsazeností pokojů, která byla na úrovni 42 %. Ve stejném období minulého roku dosahovala obsazenost pokojů 39,6 %. Tento trend pokračoval i v dubnu, kdy sice cena za pokoj ve srovnání s dubnem 2010 klesla o více než sto korun, z 1254 korun v dubnu 2010 na 1144 korun v dubnu 2011, pozitivní je však zvyšující se obsazenost pokojů z 53,7 % v dubnu 2010 na 60,6 % v dubnu 2011. Souběžně se zvyšuje i tržba za disponibilní pokoj (RevPAR) na 726 korun. Ceny rostou hlavně v Praze a okolí, jinde naopak výrazně klesají.

„Zatímco ceny pražských hotelů se po výrazném propadu ze začátku roku začínají znovu pomalu zvedat vlivem přicházející sezony, například hotely v Královéhradeckém nebo Libereckém kraji šly s cenou výrazně dolů, což souvisí s ukončením zimní sezony v Krkonoších,“ komentoval situaci Ondřej Špaček, Senior Advisor, KPMG Česká republika.

Průměrná cena za pokoj v Praze v prvním čtvrtletí činila 973 korun za noc, v dubnu to však už bylo 1254 korun za noc. Na druhé straně ale například v Libereckém kraji jsou hoteliéři svědky neustále postupujícího propadu cen – jestliže v prvních třech měsících roku 2011 zde stála noc v průměru 879 korun, v dubnu to bylo už jen 704 korun za noc. Duben je však teprve začátkem turistické sezony, který letošní zájem o hotelové služby odstartoval. Například letošní velikonoční svátky již čeští hoteliéři hodnotí velmi pozitivně. Klíčové budou pro tržby ubytovacích a konferenčních zařízení v České republice nadcházející měsíce. Průzkum vychází z dat, která v letech 2009 a 2010 poskytla ubytovací zařízení. Celkem se do projektu již zapojilo více než 180 subjektů. TLT benchmark monitoruje aktuální poptávku po ubytovacích a konferenčních službách v České republice a to, jak na ni provozovatelé těchto zařízení reagují. Zpráva se opírá také o údaje z interních studií a analýz společnosti KPMG Česká republika, které se zabývají cestovním ruchem v ČR. Od letošního roku jsou do projektu zapojeny i hotely a konferenční centra ze Slovenska. Partneři projektu TLT benchmark jsou Czech Tourism, Asociace hotelů a restaurací České republiky, Česká golfová federace, Vysoká škola ekonomická v Praze a Katedra sociální geografie a regionálního rozvoje Přírodovědecké fakulty Univerzity Karlovy v Praze. (tz)

Literaturu se snažím učit přes emoce

Mít vzdělání odpovídající požadavkům doby není někdy pro mladé lidi dostatečně pádný argument k rozhodování se o tom, co by chtěli v životě dělat, čeho dosáhnout, jak se uplatnit. A je to právě středoškolské studium, které jim má v tomto směru pomoci. Nejen otevřít brány vědomostí a hladu po nich, ale také vzbudit pocit touhy být lepší než ostatní.

Daří se to například BANKOVNÍ AKADEMII, což je soustava tří škol, která patří do Společenství škol. Toto pojmenování by se dalo označit jako jeden z výmluvných projektů, který do života uvedla se svým rozvětveným týmem Dr. Bohuslava Šenkýřová, osobnost manažerského světa, již dobře znáte třeba jako zakladatelku Vysoké školy finanční a správní. BANKOVNÍ AKADEMIE dává možnost široké volby – studenti mohou najít sama sebe, mnohému se naučit, v dalším pokračovat. S Janou Bílkovou, ředitelkou škol, jsme však povídaly nejen o světě učitele a světě žáka. Tónů, které ty dva břehy propojují, je široká škála:

Vedete Bankovní akademii – to znamená, že jste v kontaktu jak se studenty, tak „s odrostlým týmem“, svými kolegy.

Dokážete se něčemu přiučit i od mládeže?

Určitě. Jednak se snažím mít v kolektivu i mladé lidi, nejen zasloužilé pedagogy. Kupodivu ale i se studenty dokážu souznít. Nabíjejí mne svojí energií, a tu potřebuji. Občas mne vtáhnou do svého slovníku, jemuž se snažím porozumět, na svou cestu módy, kde se dá najít hodně nadhledu, úsměvu i zajímavosti. Nezatracuji to, naopak.

Být šéfem však znamená, že je na člověka i více vidět. Vadí vám to někdy?

Beru to jako přirozenou součást své profese, a musela jsem s tím počítat, když jsem toto místo brala. Tak to prostě je.

Vyučujete také?

Ano, učím, mám aprobaci český jazyk a společenské vědy. Letos učím na gymnáziu 1. ročník. A jen na vysvětlenou – ve školství vždy k manažerské pozici přistupuji i povinnosti pedagogické. Takže já mám pro tento školní rok úvazek pět hodin týdně.

Když si vzpomenete na svá školní léta – jaké jste milovala předměty?

Ráda jsem měla humanitní předměty, ale život je o paradoxech. Takže jsem pak absolvovala přírodovědné gymnázium s rozšířenou výukou matematiky, kterou vůbec neztracuji. Mám z ní maturitu a taky jsem z toho „neumřela“. Matematika je navýsost potřebná věda a měli bychom její základy absolvovat všichni. Pro život je potřebná možná více, než domýšlíme.

Čím dokáže podle vás české soukromé školství konkurovat státnímu?

Především si myslím, že konkurovat skutečně

dokáže. Rodiče dětem platí soukromou školu pro jistý nadstandard. Pro citlivější přístup k žákům, pro čas, který je jim na takové škole věnován.

Tím ale nechci tvrdit, že bychom byli shovívavější a známky dávali zadarmo. Žáků však máme ve třídě méně, než bývá zvykem ve státní škole, kde není výjimkou 30 dětí, kdežto například u nás jich máme průměrně 20. Zkrátka je čas i prostor se jim věnovat intenzivněji a s větším nasazením a na výsledcích je to vidět. Žáci se také dají lépe motivovat, mizí anonymita, snižuje se problém šikany. Žáci spolu komunikují napříč ročníky, což je také důležité. A ještě poznámka: týká se naší střední odborné školy – studenti z oboru bankovníctví například svojí unikátní skladbou předmětů nabývají skutečně vysoké odbornosti. Při praxi je o ně značný zájem přímo ve velkých bankovních domech, často již během této praxe našim studentům banky nabízejí uplatnění. Co více k prestiži dodat? Jsem na to pyšná, nezastírám. Je také vidět vliv těchto špičkových zaměstnavatelů na naši omladinu. Firemní kultura jim proniká pod kůži, a to se odráží i v jejich stylu vystupování či oblékání. Taková praxe je kultivuje a na celkovém projevu osobnosti je to znát. Umí s noblesou pozdravit, ženě se samozřejmostí podrží dveře, dají přednost... Maličkosti, ale budují.

V souhrnu je to jistá nadhodnota, benefit, který našim prostřednictvím mají možnost získat a jehož vliv si odsud odnášejí do dalšího profesního i osobního života.

Jak použitelný je tedy váš absolvent?

Na to se mne rodiče často ptají. Odpovídám, že není potíž dostat se od nás k dalšímu studiu – ať na naši Vysokou školu finanční a správní, nebo na jiné vysoké školy, například VŠE. Studentům gymnázia je otevřena cesta na vysoké školy různého zaměření. Také díky tomu, že je u nás důraz kladen na výuku jazyků, mají naši maturanti v praxi velmi dobré uplatnění. Dva jazyky jsou povinné, ale jejich výuka je posílena, a k tomu mají žáci ještě více hodin konverzace. Největší zájem je o angličtinu a španělštinu, ale osobně bych ráda přidala ruštinu. Nejen proto, že na ni máme fundované pedagogy, ale i proto, že je to jeden z jazyků budoucnosti. A co je pro podnikatele výhodnějšího, než se dobře domluvit!



PaedDr. Jana Bílková

► Vašimi odpověďmi naznačujete, že Společenství škol, jehož

je BANKOVNÍ AKADEMIE součástí, v pojetí, jak se zatím profiluje, je ojedinělým projektem. V čem vidíte praktické výhody? Máme – tedy všechny naše školy – společnou filozofii, ale na druhé straně můžeme každému uchazeči o studium nabídnout něco osobitého a žáci se k nám mohou přihlásit kdykoli. Jsme otevřeni i přestupu žáka z jiné školy k nám, snažíme se předat mladému člověku vzdělání na vysoké úrovni, které ho bude i s onou nadhodnotou posléze provázet celým životem. Už pro děti od tří let máme program, tedy mohou „jít“ s námi od mateřské školy až po univerzitu. Naše zkušenosti jsou zatím velmi pozitivní – tím, že máme čas s mladými lidmi pracovat, vidíme výsledky. A to, myslím si, není marné. Díky menším kolektivům a spolupráci mezi různými ročníky nejsou děčka v anonymitě, více spolu komunikují, poznávají se, a tím se pak k sobě chovají úplně jinak než neznámý dav na chodbě. Víme, že to zní skoro neuvěřitelně, ale věřte, je to tak.

Podarí se udržet, či dokonce posílit vzdělanost českého národa?

Obávám se, že nám všeobecně a celospolečensky toto téma utíká trochu mezi prsty. A upřímně řečeno, záleží to i na tom, jak budou například nastaveny standardizované výstupy v jednotlivých etapách vzdělávání. Srovnávací zkoušky po 5. a 9. ročníku, závěrečné zkoušky, podoba maturit. V současné době se úroveň základních škol v republice obecně velice liší a není jednička jako jednička. Proto také na naší střední škole neděláme přijímací zkoušky, ale pohovor. Zjišťujeme, jakou má žák ke studiu motivaci, co v něm je, někdy stačí pár slov, pár pohledů a dá vám to víc než stresující přijímačky. Mohu se možná pochlubit – máme ve třídách zhruba polovinu dívek a polovinu hochů – to samo o sobě svědčí o tom, že jsme schopni dát šanci i klukům, kteří nejsou naprostými jedničkáři, ale přesto v nich při těch pohovorech dokážeme objevit skrytou energii, možnost, chuť se prosadit. Jen známky neřeknou vždy všechno. Někdy stačí impuls a vylopuje se vám ze zakřiveného žába zajímavá osobnost.

Internet, technologie, dostupnost informací nás pohltily; vrátí se člověk k četbě klasické literatury?

Vrátí, určitě. Je šance. Knížka vám dává něco více, něco jiného než ostatní druhy sdělení nebo zábavy. Kniha tím, že utužuje vnitřní, subjektivní prožitky, promlouvá z velké části prostřednictvím emocí. V tom je její nezastupitelnost. Lidé, zejména mladí, touží po emočních sděleních, potřebují je, ať už si to uvědomují, nebo ne. Když se studenty besedujeme o literatuře, dostáváme se k zaníceným debatám o spoustě otázek. Každý druh umění či komunikace má své klady i zápor, každý je vhodný pro

Proto také na naší střední škole neděláme přijímací zkoušky, ale pohovor. Zjišťujeme, jakou má žák ke studiu motivaci, co v něm je, někdy stačí pár slov, pár pohledů a dá vám to víc než stresující přijímačky.

určitou chvíli, dobu, potřeby. Také každý člověk má v životě nejrozmanitější etapy vývoje a podle toho sahá po knížkách – někdy na ně prostě nemá čas, jindy v nich hledá právě ten ztracený čas, útěchu, rozptýlení, odpovědi na otázky. Mohu uvést i konkrétní příklad. Letos jsme se zapojili do projektu na podporu zájmu žáků o literaturu Noc s Andersenem – nevěřila byste, jaký měl program ohlas!

Dokáží žáci vnímat sílu poezie?

Víte, říkám, že doba je klipová. Všichni moc spěcháme. Chceme mít všechno hned. Logiku to má, i když... Toužíme po rychlém zážitku, chceme toho moc najednou. Poezie chce čas. Zastavit se a zamyslet. Ne vždy poezie vystihuje vnímání světa mladého člověka. Aby si vztah k poezii našel, je potřeba na to jít v dnešní době oklikou – naladit ho, lehounce obelstít, aby se chytil. Třeba vyložené veselými básničkami, rozverným veršem, hrou se slovíčky. Lidé touží po citu, potřebují emoce. I přesto, že se zdá, že prostoru k vyjádření postojů a emocí je dostatek, ne vždy je tomu tak. Když dáte žákům v hodině literatury prožít „něco“, nejsou to ztracené minuty. Proto se snažím učit literaturu právě přes emoce.

Cit je kouzelník. Má na dnešního mladého člověka více vliv rodina, nebo škola?

Těžko říci, záleží na tom, jak rodiče ke škole přistupují. Ideální je, když rodina se školou spolupracuje, když oba subjekty působí ve shodě. Za výchovu ale podle mne zodpovídá rodina. Škola má garantovat vzdělání. Když si rodiče myslí, že odloží dítě do školy a tam ať si s ním už poradí, je to špatné. Škola není odložiště, škola je součást určitého řetězce v celoživotní navigaci mladého člověka.

Kdy je kantor bezmocný?

Právě když narazí na rodiče, kteří odmítají se školou komunikovat a přijmout jakýkoli argument, pokud se vyskytne nějaký problém. A nejvíce bezmoci kantor pociťuje, když žák vzdoruje a nechce se učit. Pokud bude odmítat, nic nezmůžete. Ať už jsou kořeny vzdoru v čemkoli, hluboké, či zanedbatelné.

A jaký má dnes student vztah k autoritám?

Autorita je jistota. Žák, student je člověk ve věku hledání. A je-li v jeho blízkosti autorita, a ať se jeví jakkoli, poskytuje určitou oporu. Autoritu ale nezískáte na povel. Nejde vnutit. Bud ji máte, nebo ne. Nedá se nařídit. Souvisí s tím vzory. Máme je, nebo ne? Když ano – vzhlížet k nim, nebo ne? Kopírovat? Každá mladá duše se dostane do určité etapy, kdy si musí ujasnit, co v životě chce, anebo nechce. Čeho by rád člověk dosáhnul, čemu by se chtěl věnovat. Spíše než vzor je podstatnější nechat se inspirovat. Protože cestu, tu musí už najít sám. Rozhodnutí je jen na něm.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí

Soutěž

Milé čtenářky, ve spolupráci s prestižní jazykovou školou Channel Crossings jsme pro vás připravili soutěž, která prověří vaše znalosti angličtiny.

Channel Crossings

Přečtěte si krátkou konverzaci a rozhodněte, která fráze je jejím nevhodnějším pokračováním!

A: This is Jennifer Rower. Can I speak to Carlie Denver, please?

B: Hold the line, please. I will put you through.

A: Thank you.

B: ...

Vyberte nejvhodnější variantu chybějící věty v rozhovoru.

a) I'm afraid she is blocked.

b) I'm afraid her line occupied.

c) I'm afraid her line is busy.

Odpovědi zasílejte do konce června na adresu marketing@chc.cz. Ze správných odpovědí vylosujeme výherce letního jazykového kurzu v hodnotě 1490 korun. Každý soutěžící navíc získá slevový poukaz v hodnotě 300 korun, který může uplatit na kurz z podzimního rozvrhu.

Glosář

Sloveso put velmi často tvoří frázová slovesa, jejichž význam se přidáním předložky mění. Mezi nejčastější frázová slovesa patří např.:

put through = přepojit (telefonní hovor)

Hold the line, please. I will put you through.

put up = ubytovat

We aren't going to stay in a hotel. Our friends will put us up for the weekend.

put up with = snášet (něco), tolerovat

My boss is so rude! But I won't put up with it anymore, I'll quit!

put off = odložit (časově)

We had to put the party off because of the terrible weather forecast.

put away = uklidit, dát na místo

Could you put these files away, please? We won't be using them anymore.

TIP CHC: Vypsali jsme rozvrh letních a podzimních kurzů.

Přihlaste se online na www.chc.cz.

Soutěž

Vyhodnocení SOUTĚŽE

Channel Crossings

Milé čtenářky, ve spolupráci s prestižní jazykovou školou Channel Crossings jsme pro vás připravili soutěž, která prověří vaše znalosti angličtiny. Třetí soutěžní otázku jsme zveřejnili v květnovém čísle Prosperity Madam Business.

Správná odpověď zní:

b) May I ask you who's calling?

Z odpovědí, z nichž všechny byly správné, jsme vylosovali jednu, jejíž autorkou je Hana Vaňousová. Blahopřejeme a posíláme dárkový balíček z oblasti jazykových služeb.

Všichni účastníci navíc obdrží roční přístup k on-line studijnímu programu angličtiny, němčiny nebo francouzštiny v hodnotě 490 Kč.

Pošli to dál...



Jana Merunková, spoluzakladatelka společnosti youchance o.p.s. už jednou na stránkách Madam Business vystupovala, možná si vzpomenete. Naše komunikace zesílila v okamžiku, kdy jeden z projektů, jimiž se zabývá, začal vstupovat do praxe. Byl také nedávno představen odborné veřejnosti na půdě TOP Hotelu Praha. Je určen pro děti v dětských domovech, v nichž by měl vzbudit zájem o seberealizaci, o podnikání. Ukázat, že cesta je pro každého, kdo se rozhodne. Projekt se jmenuje Podnikam.eu.



Jana Merunková

Váš projekt na podporu finanční gramotnosti dětí v dětských domovech vstoupil do života. Připomeňte, prosím, jeho hlavní poslání.

Jsem ráda, že se na stránkách vašeho časopisu můžeme opět setkat nad projektem Podnikam.eu, který se věnuje zvyšování finanční gramotnosti a podnikatelského vzdělání u dětí v dětských domovech. Jak s odstupem času a přibývajícím zkušenostmi z realizace zjišťujeme, je toto téma ještě naléhavější, než jsme si s kolegy a kolegyněmi na začátku uvědomovali. Stále více vnímáme, jak – odpusťte mi to slovo – „deformované“ postoje a názory dětí v domovech přes všechnu snahu vychovatelů získávají. Uvedu dva názory, které lze vzhledem k jejich četnosti považovat za zakořeněné. Za prvé: „Dovolenou platí sponzor“, za

druhé: „Jsem z děcáku, tak přimhouří oko“ (míněno – při přijímacích zkouškách, při nesplnění úkolu, nedodržení slibu; případně druhý význam – budeme to mít zadarmo, nebo s obrovskou slevou). Takže, když v našem projektu nejsou věci zadarmo, slovo se dodržuje a vyžaduje se jeho dodržování od všech jeho účastníků, vidíme jisté rozčarování, a tak se dostáváme nejen k principům podnikatelským, ale řekněme, obecně lidským.

Představila jste projekt

nedávno odborné veřejnosti v příjemném prostředí TOP Hotelu Praha. Jaké byly první reakce?

Musím říci, že ohlasy na večer „Podnikatelé dětem“, byly skvělé. Všichni, kdo se na programu podíleli, byli úžasní. Ale smyslem setkání nebylo jen se dobře pobavit, ale získat podnikatelskou veřejnost pro „naši věc“ a zajistit další části projektu nutnou finanční podporu. Jsem vděčná, že svou podporu projektu vyjádřila i paní Dagmar Havlová a prezident Rotary Clubu Praha. Dnes mohu konstatovat, že se nám podařilo získat potřebný zájem a v současné době probíhají jednání o financování projektu pro domov v Pyšlých. Následovat bude domov v Býchorech.

Projekt bude žít, tuším, z evropských peněz a příspěvků sponzorů – jakými

argumenty je přesvědčujete, že má smysl pomáhat právě těmto dětem?

Možná bych měla upřesnit, že financování projektu aktuálně probíhá za podpory Nadace T-Soft a našich partnerů z komerční sféry. O dalších zdrojích a evropských penězích jednáme ve spolupráci s MŠMT. Nemám pro jednání s našimi partnery žádnou velkou obchodní taktiku. Obvykle jim vysvětlím, co mě vedlo k tomu projekt napsat, kde vidím jeho klíčové body a momenty, a to, kam bych chtěla projekt posunout v příštích letech. Někteří nám finanční podporu z nejrůznějších důvodů nabídnout nemohou, ale v řadě případů hledají i nefinanční možnosti, jak se do projektu zapojit. A pak jsou lidé, jako třeba pan Michal Vaněček, který své rozhodnutí darovat nám peníze, shrnul na akci v Top Hotelu slovy: „Zdálo se mi to prostě jako dobrý nápad.“ Co dodat...

Jedním z dětských domovů, které se zapojily, je ten v Žatci. Jaký je program, co všechno se s dětmi dělá?

Žatecké děti mají za sebou úvodní workshopy na témata spojená s principy hospodaření a plánování. Společně si založily také Studentskou společnost Crazy Dance, jejímž hlavním „předmětem podnikání“ je výuka moderních tanců. Jejich první prezentace před investorem, který rozhodoval o poskytnutí základního kapitálu této společnosti byla pro děti v mnoha směrech zajímavá zkušenost a řekla bych velká lekce, kde si v praxi mohly ověřit, že zadarmo se ve světě za branami domova prostě nic nedostává. Mohly ale také zažít pocit z úspěšného získání první zakázky. To, jak se s ní vypořádaly, zjistíme až poté, co tyto řádky budou vytištěné. Činnost této Studentské společnosti můžete sledovat na adrese www.crazy-dance.cz. A málem bych zapoměla na ještě jednoho absolventa našich workshopů, Matěje Kloučka. Svou účast na workshopech si vyprosil na své mamince, která je ambasadorkou našeho projektu a do Žatce s námi také jezdí. Nechal se

► inspirovat a jako zdatný rybář a specialista na akvaristiku si založil Studentskou společnost www.Aquaporadna.cz. Finančním investorem pro rozjezd „jeho firmy“ se mu stal jeho otec, Matějův velký podnikatelský vzor.

Váš projekt však sahá dál – chcete v dospívajících vzbudit také chuť postavit se časem na vlastní nohy – chuť podnikat. Jak to vnímají?

Myslím, že u řady dětí jsme jedni z prvních, kteří jim říkají, že „podnikání je i pro ně“, když budou chtít a když budou respektovat pravidla, která v podnikání fungují. Hodně s nimi mluvíme o oborech, které jsou jim blízké, a na konkrétních příkladech pak probíráme, co to vlastně znamená postavit se na vlastní nohy. Díky ochotě řady podnikatelů a manažerů mají děti také možnost slyšet naživo některé velmi zajímavé životní příběhy. A to je jedna z nejsilnějších motivací změnit jisté zažité paradigma a připustit, že vybudování úspěšné živnosti a do budoucna třeba i nějakého vlastního podniku je možné.

Mám takový pocit, že pomáhat odvážným anebo podnikat odvahou k založení vlastní firmy je přesně vaše parketa, mříte k tomu řadou aktivit...

Ano, dá se říci. I mně někdo v počátku pomáhal radou nebo jen tím, že mi dodal potřebnou odvalu vybočit a jít si za svými sny. Ale jak člověku, který už úspěšný je, chcete vrátit, to že vás inspiroval? Je to už řada let, co jsem dostala na tuto otázku velmi jednoduchou odpověď: „Pošli to dál...“ A jak zjišťujeme, je pořád s kým se o své zkušenosti dělit. To je důvod, proč se naše společnost jmenuje yourchance. Myslím, že každý má v životě pár šancí, jen je třeba být připraven je využít.

otázky připravila Eva Brixí



Jana Merunková při práci s mladými lidmi v dětském domově v Žatci

Allianz pojišťovna radí, jak se bránit nebezpečí sociálních sítí

Čím dál tím víc lidí se stává součástí sociálních sítí. Jen Facebook má podle statistik více než 500 milionů uživatelů. Lidé na něm hledají ztracené kontakty na přátele, sdílejí zážitky, baví se. Mnohdy si ale neuvědomují, že mohou také hodně ztratit, pokud jejich bezpečnost není dostatečná.

I ve spisech Allianz pojišťovny jsou případy, kdy zloději navštívili klienty v době, kdy na facebook vkládali vesele fotografie od moře nebo se kamarádkám chlubil, jak výhodně v zahraničí nakoupili nové modely.

„Stalo se nám už několikrát, že se klient při projednávání své škody z krádeže likvidátorovi prorekl, že o jeho nepřítomnosti doma věděli jeho kamarádi a známí, kterým přes facebook posílal fotky z poznávacího zájezdu po jižní Evropě,“ uvedl Pavel Novotný, ředitel likvidace pojištění majetku Allianz. A odborníci pojišťovny na IT bezpečnost a interní vyšetřování jsou přesvědčeni o tom, že je to pouze špička ledovce a že takových případů je mnohonásobně více. Ještě větším rizikem, než jsou krádeže, je však zpřístupnění identifikačních údajů všem ostatním, s nimiž je člověk na sociální síti ve spojení. Zvláště nezabezpečená mobilní zařízení, jako jsou notebooky nebo chytré telefony otevírají vstupní bránu pro hackery a zloděje. Mnoho uživatelů si ani neuvědomuje, že i tato zařízení obsahující řadu soukromých informací mohou ohrozit bezpečnost osobních údajů majitelů a uživatelů. „Oblíbené mobilní telefony, laptopy, netbooky a další přístroje sice způsobily komunikační revoluci ve společnosti,“ uvedl Karel Waisser, ředitel úseku informačních technologií a provozu Allianz pojišťovny, „ale zároveň s tím přenesly na jejich uživatele nevyhnutelnou povinnost – chránit si své osobní údaje.“ Ruku na srdce, kdo má na svém netbooku funkční, byť jen ten nejjednodušší antivirový program nebo osobní firewall bránící průniku a ovládnutí počítače? A to je základ bezpečné práce s internetem. V případě sociálních sítí se přidává k bezpečnosti i otázka ochrany soukromí.

„Nezapomínejme na to, že dnes již není ničím výjimečným, že různé servery sbírají a párují

nejrůznější informace o firmách i lidech do

ucelených bloků. Takže každá informace, kterou o sobě neuváženě umístíme na internet, je tam „zapsaná“ téměř „navždy“ a je jen otázkou času, kdy může být použita nebo zneužita,“ varoval K. Waisser. Na síti se lze o každém registrovaném člověku dozvědět neskutečné množství informací a zhlédnout spousty fotografií. Je až s podivem, s jakou ochotou mnozí udávají důvěrné informace, které by v přímém společenském styku nikdy neprozradili. Zejména mladí lidé často nedokážou zcela domyslet důsledky zveřejňování soukromých a intimních informací a neuvědomují si, že v současné informační společnosti mají tato data hodně vysokou cenu. Sociální síť nepřináší nebezpečí vyplývající z technologie, ale z lidské nevědomosti. „Velké firmy, jako je Allianz, vynakládají nemalé náklady na zabezpečení. V naší firmě držíme celosvětově vysoké standardy ochrany dat. Vždyť ve skupině Allianz pracujeme s citlivými daty více než 75 milionů klientů z celého světa,“ dodal Karel Waisser. Pro soukromé uživatele jsou sice shodně technické prostředky finančně nedostupné, ale při rozumném chování je možné zvýšit osobní bezpečnosti na internetu nebo v sociální síti na akceptovatelnou úroveň. Mnohdy není ani potřeba žádného sofistikovaného IT nástroje. „Pověsili byste si na svůj dům cedulku: Právě jsem 14 dní na dovolené a vrátím se v pátek 15. 4. 2011? To by nikoho ani nenapadlo, ale na internetu takové informace najdete úplně běžně.

Rozumné chování v tomto případě vítězí nad všemi informačními technologiemi,“ uzavřel ředitel Waisser.



(tz)

Osobnosti, názory, energetika

Na 14. zasedání Evropské obchodní konference (EBC), konaném v Praze ve dnech 2. až 3. června 2011 k tématu Zemní plyn – energie 21. století, jsme oslovili některé z přítomných delegátek a položili jim následující dvě otázky:

1. Co vás nejvíce zaujalo v průběhu prvního jednacího dne kongresu?
2. Kterými stěžejními otázkami se zabývá výbor EBC, v němž působíte?



Stela Blagova, předsedkyně Výboru pro ekologii a zdravotnictví EBC, vedoucí odboru životního prostředí a udržitelného rozvoje Overgas Inc., Sofie, Bulharsko:

1. Vycházejíce ze závěrů jednání je třeba říci, že EBC za dobu svého působení vyrostla, zesílila a je vyzrálejší. Její Výbory, jejichž činnost se zaktivizovala, realizují cíle EBC a řeší řadu projektů zaměřených na zvýšení energetické efektivity, snížení emisí a zlepšení kvality života. V zaměření projektů má významné místo využití zemního plynu jako ekologicky a ekonomicky přijatelného paliva.
2. Práce výboru Ekologie a zdravotnictví je postavena na vzájemném spojení ekologie – energetiky – ochrany zdraví – trvalého rozvoje. V centru naší pozornosti jsou otázky týkající se nejen členů EBC, ale celého lidstva. Vycházíme z názoru expertů v oblasti ekologie a ochrany zdraví a nacházíme společně řešení využívající toho nejlepšího z praxe. To koresponduje i s tématem zasedání našeho výboru: Nejlepší praxe v oblasti zlepšení okolního prostředí a zdraví z pohledu energetických společností.



Dr. Irina Harebava, členka Výboru pro ekologii a zdravotnictví EBC, zástupkyně vedoucího zdravotního odboru personálního oddělení společnosti Gazprom, Moskva, Ruská federace:

1. Byla to myšlenka, která zazněla z vystoupení prezidenta EBC a představitele společnosti Gazprom A. B. Millera o tom, že se dnes sešel svět energie a financí k dialogu, který nám umožňuje lépe pochopit, znát a integrovat nejlepší technologie, podnikání, finance a zdraví.
2. Naš Výbor pro ekologii a zdravotnictví EBC se intenzivně zajímá o spojení zdraví s businessem a naším úkolem je přispívat k ochraně a udržování zdraví, k čemuž slouží i řada speciálních programů zdravotní péče. Ve prospěch filozofie zdravého businessu odvádíme mnoho práce v řadě evropských zemí, která přináší své plody v podobě zvýšené péče o lidi, jejich život a zdraví. Moc děkuji za milé přivítání v kouzelné Praze.



Marina Bate, členka Výboru EBC pro průmysl a stavebnictví, konzultantka v oblasti řízení obchodu a investic společnosti Royal Boskalis, Westminster, Velká Británie:

1. Opatření EBC vždy precizují svým účastníkům způsob, jak zvládat vše, co souvisí s rozvojem podnikání. Proto jsou všechna jarní setkání s partnery a přáteli důležitá a samo město Praha k tomu vytváří neopakovatelně příjemnou atmosféru.
2. Naš výbor Průmyslu a stavebnictví EBC řešil řadu otázek spojených s uplatňováním moderních technologií, jako například využití bioplynu při rozvoji tepelně-energetických komplexů, otázky bezpečnosti při těžbě, přepravě, skladování, úpravě a nakládání s palivy a k řadě úkolů se vyslovíme. Proto patří náš dík společnosti Vemex jako hlavnímu organizátorovi pražského setkání.



připravil Jiří Novotný



Šest pohybů pro dokonalé praní

Není nad to, když doma všechno funguje. Dát prádlo do pračky a vytáhnout ho čisté. To je asi sen každého z nás. Jenže ne všechny pračky splní tento jednoduchý požadavek. Navíc ne všechny pračky jsou k vašemu prádlu šetrné. Zatímco běžné pračky jen prádlo „povaľují“ ve vodě, odborníci z LG hledali něco více k tomu, aby mohl být proces praní dokonalejší. Pračky této značky tak používají šest pohybů, které zaručují rychlé a dokonalé vyprání prádla. To je možné právě díky krokovému motoru Direct Drive™, který může bubnem otáčet s naprostou přesností. O jaké pohyby se tedy jedná?

MOTION

volný pád (nemačkový)
Při odstředění se pomocí volného pádu prádlo oporní klasickému cyklu praní skoro nemačká. Zároveň je dokonale připraveno pro vytrnutí a pračky a následně sušení.

valivý (tichý)
Prádlo se v této fázi volí pod vodní hladinou. Díky lepší interakci s bubnem je jedním prvním krokem a efektivnějším.

houpatý (jemný)
Pohyb účinný pro jemné prádlo. Účinnost praní je stejná jako u cyklu pro klasické prádlo.

pohyb s pádem (klasický)
Běžný pohyb, který využívá klasické pračky.

filtrace (rozptýlení)
Filtrace je pohyb sloužící k odstředění a správnému rozptýlení. Vzhledem k rychlému otáčení se prádlo přibližuje na větší bubnu, na kterém je zároveň vyfukována voda. Prádlo je rychle a dokonale připraveno pro další cyklus praní.

drhnutí (intenzivní)
Díky tenkému intenzivnímu pohybu se prádlo rychle rozpouští a dobře se myje. Výsledkem je efektivnější vytrnutí praní.

MOTOR DIRECT DRIVE™

LG
Life's Good™

Základem je klasický pohyb s pádem, kdy prádlo plynule přepadává na vodní hladinu. To umí samozřejmě i klasická pračka. Druhým pohybem je drhnutí. Jedná se o intenzivní pohyb, který rychleji rozpouští prášek a ten se dostává dovnitř vláken prádla. Voda pak rychleji uvolňuje nečistoty. Dalším speciálním pohybem je filtrace. To je unikátní způsob čištění prádla. Buben se rychle roztočí, takže prádlo se rozprostře po bubnu, podobně jako při ždímání. Do středu bubnu se vstříkují voda a ta se dostává na prádlo. Díky odstředivé síle voda prochází prádlem a má dostatečnou sílu na odplavení rozpuštěných nečistot. Velmi účinné při praní je také jemné „válení“ prádla pod vodní hladinou. Prací buben za desetiletí prošel razantním vývojem a při převalování prádla dokáže zajistit přístup vody ke všem vláknům. Tento způsob pohybu je navíc velmi tichý. Pro jemné prádlo je určen houpatý pohyb. Ten ve vodě opatrně přemísťuje prádlo, které byste se do obyčejné pračky báli vložit. Účinnost praní je přitom obdobná jako při klasickém praní. Na konci pracovního cyklu následuje pohyb označený jako volný pád. Ten přijde po odstředování, aby prádlo nezůstalo přilepené na bubnu, ale pěkně se načečralo a provzdušnilo. Prádlo se pak nemačká, je rychleji suché a také jeho žehlení je mnohem méně náročné.

Nejprodávanější na 50 trzích světa

Pro výrobce i kupující jedna úžasná pobídka: Pračky LG jsou již tři roky nejprodávanější na

50 trzích celého světa, v USA je LG jedničkou dokonce již 4 roky. Čím výjimečný je tento výrobce, že jeho pračky mají tak neohroženou pozici? Co stojí za takovým úspěchem? Je to speciální patentovaná technologie motoru Direct Drive™. O co se jedná? Běžná pračka má obyčejný elektromotor, který přes řemen a řemenici pohání buben. Motor tak bubnem točí a nic dalšího se neděje. Naproti tomu



pračky LG Direct Drive™ používají speciální krokový motor (invertor), který je připevněn přímo k bubnu. Tento systém přináší jen samá pozitiva. Odpadají vibrace a tím nestabilita pračky. Praní je neuvěřitelně tiché. Krokový motor má delší životnost a spolehlivost – i proto je na něj zcela ojedinělá záruka 10 let. Ale především: Tím, že je použit krokový motor, je možné optimalizovat pohyb bubnu tak, aby vyprání prádla bylo naprosto dokonalé.

Pračka, která přemýšlí

Pračky LG jsou také extrémně úsporné. Díky systému Fuzzy Logic si pračka nejdříve zjistí, kolik prádla je do ní vloženo a naplňuje počet máchacích cyklů, vypočítá spotřebu vody. Během praní pak senzory kontrolují samotný proces, zda třeba nevzniká mnoho pěny. Nejvíce energie spotřebovává pračka při ohřevu vody. Zatímco běžné pračky používají klasická topná tělesa, pračky LG používají speciální topné těleso z chirurgické oceli. Chirurgická ocel je velmi odolná a ve spojení s kvalitním pracím práškem nedochází k usazování vodního kamene. Tím je zaručena delší životnost pračky.

Technologický lídr

Pračky LG jsou z nové generace elektrospotřebičů – inovativní technologie vedou k tomu, že perou tiše, rychle, úsporně, ohlížejí si kvalitu praní. Oproti pračkám z dob dinosaurů je to přece jen rozdíl. Navíc díky záruce 10 let získává spotřebitel jistotu, že pračka po dvou letech „neodejde“. V letech 2009 až 2011 provedla nezávislá společnost VDE Germany testy, při kterých přezkoušela 10letou životnost LG motoru Direct Drive™. Součástí testu bylo i 2200 zkušebních pracovních cyklů, během kterých motor Direct Drive™ nevykázal žádný mechanický defekt. Rozhodujete-li se o koupi nové pračky, přemýšlejte nejen o ceně, vzhledu, ale v souvislostech. Věřte, že investice do nové pračky se vrátí velmi brzy. Nejen na ušetřené vodě a elektrické energii při praní, ale také v delší životnosti oblečení, které není při praní tak namáháno, a při žehlení, které je mnohem snazší.

(red) 9

Jak efektivně využít čas

Nevím, jestli jsem ta pravá, která má rozdávat takové zkušenosti. V současné době totiž sotva stíhám povinnosti, které na mě čekají ve firmě a při přestavbě rodinného domu. Věci řeším tak, jak přicházejí, a na odpočinek, relaxaci a zájmy (knížky, divadlo, spinning apod.) už času nezbývá. Jak tomu doma říkáme, „jedu na autopilota“. Teď v Rožnově uvádíme do provozu novou balicí linku a v plném proudu je sezona – prodej travních směsí. Na letní dovolenou nemohu vůbec ani pomyslet. Naposledy jsem si příjemně odpočinula letos v únoru, kdy jsem



Ing. Blanka Pivoňková, jednatelka,
Rožnovská travní semena, s.r.o.

absolvovala Rozmazlovací týden pro ženy v Lázních Luhačovice. Co mi dodává energii? V práci to, že prodej travních směsí výrazně roste, že se zákazníci vracejí, že lidé oceňují kvalitu, odbornost a českou tradici našich výrobků. A v osobním životě? Určitě to jsou mé děti, jejich úspěchy a vědomí, že jsem úsilí při jejich výchově nevyvalovala marně. Syn, jeden z nejlepších studentů Rožnovského gymnázia, je i výborný kytarista. Dcera úspěšně studuje medicínu. Z toho mám opravdu velkou radost.



Horoskopy

Co říkají hvězdy

Horoskopy Daniely Boleslavské, které se pravidelně objevují na webu www.madambusiness.cz, najdete ve zkráceném znění také na tomto místě. Třeba vám pomohou při důležitých krocích ve vašem životě.

22. 6. – 22. 7.
znamení raka

Novoluní 1. 7. 2011 vrcholí 10,56 hod.

Slunce je v postavení raka, pod vlivem měsíce, chcete-li luny. Měsíc má na nás nesmírný vliv. Vždyť umí zvednout desítky metrů oceánu. Vše se bude tento měsíc točit kolem „rodinného prostředí a domova“. Tento měsíc byste se měli zaměřit na děti, narozené i nenarozené. Na dům/byt, který již máte nebo hodláte mít, rodné zázemí a stabilitu domova, vytváření tepla domova, jeho ochrany a bezpečí. Pověste si podkovu pro štěstí nebo ochranný amulet nad vstupní dveře. Nezapomínejte, že i planeta Země je našim domovem.

vaše Daniela

více na www.madambusiness.cz, www.astrokarty.cz

Pošuk nepatří na silnici

fejeton

Pravda, mám to za sebou. Párala jsem se s tím nadmíru a moje okolí vyšílovalo. Instruktor taky. Myslím, že ještě žádný žák mu nepřinesl toliko přemýšlení jako mé nezpytatelné reakce. Řeč je o nešťastných hodinách autoškoly. Přisáhám. Bylo to trauma. Tolik měsíců za idiota. Když jsem se vdávala, prosil mne muž před oltářem na kolenou, ne abych si ho vzala, ale ať si nikdy v životě nedělám řidičák. Nechápal jsem. Já, emancipovaná, samostatně uvažující... Když se před dvaceti lety z chotě stal motoristický novinář, který testoval týdně několik novinek automobilového trhu, přišlo opět i na mne pokušení. Že bych konečně zkusila i já štěstí za volantem? Když jsem to doma oznámila, reakce byla stejná jako v době líbánky: Jen proboha to ne! Dodnes mi zní jeho slova v uších: Pošuk nepatří na silnici! Sny o tom, jak se budu prohánět v nablýskaném holčičím puntíkátém autě plná zdravého ženského sebevědomí nechala jsem hluboko v šupletí zapomnění. Roky plynuly a já se smířila s tím, že dál budu poznávat nezaměnitelné pachy městské hromadné dopravy, tulit se k bezdomovcům a vdechovat vše, co mi má přivodit virozu jakéhokoli stupně. Do osudu naší rodiny však před dvěma lety zasáhl cosi, o čem se nezmiňuji ráda, zkrátka Jaroslav nás opustil navždy, a to nejen v roli manžela, otce, hlavy rodiny a novináře, ale i zdatného šoféra. A otázky z praxe se jen hrnuly – kdo přiveze to a kdo zajede pro ono... Potřeba mít přibližovadlo jakékoli značky vyvstala s absolutní naléhavostí. A mně nezbylo, než se upsat dčblu – chodit do autoškoly. Aniž jsem domyslela, jaké hrůzy mne čekají a jak občansky statečně je být dobrým řidičem. Když mne instruktor posadil za volant a předvedl, k čemu ještě mohou sloužit ženské nohy, byla to ještě legrace. Funkci mozku nekomentoval. Zdálo se mi, že jsem vstoupila do

jiné kabiny světa. Netušila jsem, jak je člověk kreativní a co všechno uprostřed vozovky je schopen například chodec udělat – vázat si tkaničku u boty, zastavit se a začít hledat peněženku, rozmyslet se, kde bydlí, vášnivě se líbat, nacvičovat taneční kreace, usednout a zastavit provoz... S pravdomluvností sobě vlastní mohu říci, že jsem si najednou uvědomila, jak je život řidičův v moci nedefinovatelných sil a že slova o předvídatelnosti snad nikdo nemůže brát vážně. Že jízda v protisměru není výjimkou a že opilci mají vždycky pravdu. A jak bohatá je mluva dopravních značek, když se jim člověk snaží porozumět! V autoškolě jsem patřila k váženým klientům. Přikoupila jsem mnoho hodin, stal se ze mne věrný zákazník. Má technika jízdy byla stále nezpytatelná a vzbuzovala naději, že se budu chtít učit až do smrti. Uspořádání křížovatek jsem nevstřebala stejně tak jako komplikované názvosloví tvůrců zákonů. Pracovní soustředění kolegů v redakci jsem narušovala výkřiky o tom, že se nebojím jen srážky s blbcem, ale i srážky s tramvají. Nenašla jsem logiku v tom, že Číňani a Vietnamci jsou v pohodě a pravidlům provozu v teorii rozumí, kdežto já za nimi hledám nutně souvislosti a zákony vyšší moci. Abych se to vše naučila, nacvičovala jsem si ve chvílích osvěcení z některých pravidel divadelní komediální scénky, hrála si na strážníka obecní policie i na auto při dešti v zatáčce. Kolegovi se mě zželelo a rozhodl se mne motivovat: Evo, neboj, první jízdu naostro s papírama v kapse s tebou si zamlouvám já. Uvidíš, to půjde, řekl zcela statečně, a hlavně s dávkou zvědavosti. Nechápal jsem na něj vytřeštěná oči, proč že se chce dostat do špitálu, když se nyní za noc a lůžko platí více než dříve. Nedal se a tak jsem ho ujistila, že mu připlatím nadstandard. Vzpomněla jsem si na slova jiného



kolegy, který mne chtěl rozveselit, když vše pohodově zjednodušil: Buď jedeš rovně, nebo vlevo nebo vpravo. Co je na tom tak nepochopitelného? Divil by se – jak mám poznat, že rovně je někdy vlevo?

Když se mě kamarádka tázala, jak jsem pokročila, pravila jsem, že pirátem silnic nikdy nebudu. Nejraději mám jízdu dvacítkou přes zpomalovače a mezi důchodci na sídlišti. Nabídlá se, že se mnou všechny kolizní otázky nutné k absolvování závěrečných zkoušek projde. Když se ptala, čemu tedy vlastně nerozumím, řekla jsem po pravdě: Nechápu vůbec nic. O klimakterických potížích a jejich vlivu na soustředění jsem raději pomlčela. Autoškola byla muka. V noci jsem se zpocená budila s ozvěnou instruktorových výkřiků: Ženská, kam to jedete! Pod tíhou pracovních úkolů jsem stále přerušovala, oddalovala, přehazovala jednotlivé jízdy. Na výuku zdravotědy jsem zapomněla. Motivací stát se vzornou řidičkou nebylo ani to, že mi karty napověděly, že „to“ určitě udělám. Ovšem stalo se, i když napodruhé. V autoškolě se i loajálního zákazníka, jak bylo vidno, zbavili tentokrát rádi. Oddechl si snad i sám pánbůh. Spadlo ze mne břímě, o němž jsem si myslela, že se ho už nikdy nezbavím. Do následných formalit jsem se dala s nadšením. Formulář na vydání řidičského průkazu mám. Nechala jsem si udělat úžasné fotky. Ale jezdit jen tak nebudu. Pravou ruku mám v sádře. Neumím se podepsat do kolonek. Zánět šlach a prý tři týdny v klidu. Varování z nebes. Nebo – jak že to je s tím pošukem? Zvyk je železná košile. Už mám tik. I nadále vyhlížím svého instruktora a jeho automobil, pomyslně přebírám klíčky netuše, co se kam zasunuje, aby to jelo. Cestou v MHD si dál opakuji testy. Věřím si.

Eva Brixi

Povzbuzení pro rovné příležitosti

Skupina PSA Peugeot Citroën získala od francouzské certifikační agentury AFNOR prodloužení platnosti značky

PSA PEUGEOT CITROËN

Rovné příležitosti. Skupina byla v lednu 2005 prvním velkým podnikem, který toto označení od Ministerstva pro sociální soudržnost a rovnost získal.

Rovnost mezi muži a ženami na pracovišti je základním rysem strategie skupiny vůči zaměstnancům, která je v souladu se závazkem skupiny k odpovědnému růstu. Obnovení značky znamená uznání snahy PSA Peugeot Citroën podporovat rovné příležitosti prostřednictvím celé řady programů, které probíhají na všech pracovištích skupiny. Značka nejen že svědčí o pokroku a výsledcích dosažených od podpisu první dohody v listopadu 2003, ale znamená pro skupinu rovněž výrazné povzbuzení, aby pokračovala ve svém úsilí a rozvinula v této oblasti nové akční plány. Svědectvím o vůli skupiny pokračovat v této dynamice zlepšování je i to, že label doplňuje novou tříletou dohodu, kterou skupina

podepsala v únoru 2011 se všemi odborovými svazy. Dohoda zahrnuje šest zásadních cílů:

- posílit politiku zaměřenou na přijímání většího počtu žen, aby se ve skupině zlepšila rovnováha mezi muži a ženami;
- zajistit stejnou úroveň mezd pro muže a ženy za stejnou práci a umožňovat stejné možnosti kariérního růstu;
- podporovat stejné kariérní dráhy a rovnováhu zastoupení mužů a žen v jednotlivých profesích a divizích;
- usnadňovat dosažení vyššího zastoupení žen pomocí zlepšování pracovních podmínek, kvality času stráveného v práci a rovnováhy mezi profesním a rodinným životem;

- podporovat v celé skupině příznivé pracovní prostředí pro pracující rodiče;
- zajistit vímavost a povědomí o otázkách rovnosti mezi muži a ženami u všech zaměstnanců.

Tato dynamika zlepšování se opírá o sociální dialog s odborovými svazy a doporučení od certifikační agentury AFNOR. Prodloužením platnosti labelu Rovné příležitosti a podpisem nové dohody o rovných podmínkách hodlá PSA Peugeot Citroën dál nastolovat standardy v této oblasti a pokračovat v inovativní politice zvyšování zastoupení žen a rozvoje rovných příležitostí na pracovišti.

(tz)

Ostražitost, odpovědnost, očkování, obrana

Rakovina děložního čípku, kterou způsobují viry HPV, je po rakovině prsu druhým nejčastějším nádorovým onemocněním, na které umírají ženy po celém světě. V České republice je každoročně diagnostikováno asi 1000 nových případů a přibližně 400 žen na toto onemocnění skoná. „Pravidelné návštěvy gynekologa a očkování proti HPV mohou riziko nákazy značně snížit, protože onemocnění je snadno odhalitelné již v počátečním stadiu a dá se úspěšně léčit,“ potvrdila MUDr. Míriam Schejbalová, Ph.D., odborná lékařka Očkovacího centra Avenir. Očkovací centrum společnosti Avenir, a.s., je se svými 22 pobočkami největší sítí tohoto typu v České republice. Vedle tří pracovišť v Praze nabízí své služby také v Brně, Břeclavi,



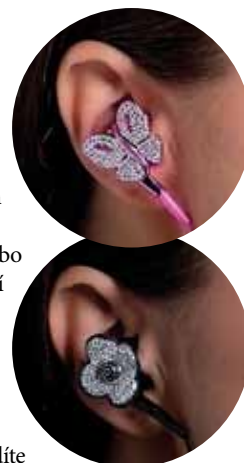
Českých Budějovicích, Havlíčkově Brodu, Hradci Králové, Jihlavě, Karlových Varech, Kladně, Liberci, Olomouci, Ostravě, Pardubicích, Plzni, Praze, Ústí nad Labem, Znojmě a ve Zlíně. Výhodou služeb očkovacího centra je zejména časová úspora, garance odbornosti a aktuálních informací od specializovaných lékařů a také jistota, že vakcína nebyla znehodnocena chybným skladováním. Vakcíny jsou k dispozici v ordinaci, možnost objednání termínu přináší zájemci o očkování časovou úsporu. Očkovací centra společnosti Avenir nabízí očkování doporučená pro území ČR, např. proti hepatitidě typu A, klíšťové encefalitidě, HPV – rakovině děložního čípku, meningokokovým a pneumokokovým infekcím, chřipce, ale také vakcíny na cesty.

(tz)



Konec nudných sluchátek, do uší si dejte stylové kousky

Máte stylový telefon nebo mp3 přehrávač, ale obyčejná sluchátka? Vyzkoušejte unikátní designová sluchátka, která nikdo nepřehlédne! Místo obyčejných „pecek“ jedinečné tvary a motivy, které jste u sluchátek ještě neviděli. Teď už si nemusíte kazit styl všedními sluchátky, můžete si do uší nasadit naprosto jedinečné a nepřehlédnutelné designové kousky! Na český a slovenský trh právě vstupuje originální značka módních sluchátek 2me, se kterou dotvoříte svůj outfit třeba podle jarní nálady. Do uší si můžete nasadit pestrobarevné kytičky, jahůdky nebo motýlky, na své si přijdou i vyznavačky drsnějšího stylu, které ocení stylové lebky v kovových designech. Dámy, preferující křišťál, zase potěší skvostné květinčky od Swarovského. Sluchátka 2me nejen dobře vypadají, ale umožňují také vysoce kvalitní poslech hudby a telefonování. Jsou kompatibilní se všemi modely iPodu, iPhoneu, telefony Blackberry a všemi PC a Mac modely. Kompletní nabídku motivů 2me najdete na www.trendy-veci.cz/sk, sluchátka teď pořídíte za zaváděcí ceny, a to od 359 korun, exkluzivní modely s květinčkami od Swarovského nyní přijdou na 999 korun.



(tz)

...musí být hlavně vizionář

Téměř polovina z 450 dotazovaných finančních ředitelů uvádí, že hrají významnější roli při strategickém plánování firmy, než před pěti lety 62 % finančních ředitelů se domnívá, že jejich strategický význam bude v následujících pěti letech růst.

Moderní globalizované společnosti stále častěji očekávají od šéfů svých firemních financí, že se přemění z pouhých finančních manažerů na podnikatelské vizionáře, kteří budou vedení společnosti schopni poskytovat informace o skutečné výkonnosti firmy a radit mu v otázkách investic a efektivního řízení nákladů. Takové transformaci finančního řízení však brání neflexibilní firemní systémy a nástroje, složité interní struktury a nedostatek potřebných dovedností spolu s obecně nesnadno zmapovatelnou současnou organizační strukturou. Tato zjištění vyplynula z průzkumu KPMG International a skupiny CFO Research Services provedeného mezi téměř 450 vedoucími pracovníky finančních oddělení velkých společností po celém světě.

Krise změnila vnímání role finančního ředitele

Skoro polovina respondentů uvedla, že jejich oddělení nyní hraje významnější roli při tvorbě strategických řešení než před pěti lety, a 62 % potvrdilo, že očekávají další posilování své role do roku 2015. Změnu do značné míry zapříčinil boom fúzí a akvizic, který vyvrcholil v roce 2008, a následná finanční krize. „Mnozí respondenti nám řekli, že se dnes musejí potýkat s mnohem složitější organizační strukturou než v minulosti a pomáhat ostatním vedoucím pracovníkům pochopit její vliv na ziskovost společnosti,“ komentovaluje výsledky Jindřich Vašina, Partner společnosti KPMG

Česká republika, a dodává: „Nejde však jen o vysvětlování – jeden finanční ředitel z USA v průzkumu uvedl, že pro současného ‚CFO‘ je nejdůležitější schopnost předvídat takové klíčové faktory, které posouvají podnik kupředu. Zmínil, že správný finanční ředitel musí být vizionářem, a ne jen interpretem toho, co už se stalo.“

Méně účetnictví, více strategického myšlení

Vedoucí pracovníci finančních oddělení sebe sama hodnotí vysoko zejména ve vztahu k procesům, jež jsou s financemi interně spjaty – například řízení majetku a závazků, obecné účetní a finanční výkaznictví a řízení rizik. Méně sebevědomí jsou však v oblasti plánování či přípravy rozpočtů a odhadů – čtvrtina z nich je považuje za svá slabá místa. „Běžným problémem je, že plánování a tvorba rozpočtů se týkají celé organizace a finanční oddělení nebývá chápáno jako řídicí jednotka tohoto procesu. Většinou funguje jako jeho koordinátor a často má problém přimět ostatní ke společnému setkání a dohodě o změně podnikových procesů takového významu,“ domnívá se Jindřich Vašina. Vážnou spolupráci s ostatními odděleními ve firmě vnímají mnozí jako citelnou překážku, jež brání zlepšení systému jejich práce. Jen necelých 40 % respondentů považuje kvalitu kooperace s ostatními administrativními odděleními a se správou IT za svou silnou stránku. Problémům s informačními systémy a technologiemi je přikládán velký význam, často totiž „spolknou“ nejvíce práce i času.

Respondenti vyjádřili nespokojenost i se zastaralými technologiemi finančních systémů, jež se podle nich nevyvíjejí v souladu s měnícími se potřebami firmy. Značnou část pracovní náplně finančních oddělení dnes tvoří snahy o umístění finančního výkaznictví na společnou platformu určenou všem oddělením firmy, a to zejména po fúzi. Za problematickou považují finanční ředitelé i svou schopnost být oporou managementu při zásadních podnikatelských rozhodnutích – průzkum ukázal, že v této oblasti je sebestijých pouze 43 % respondentů.

Podpora manažerských rozhodnutí

Dotazovaní finanční ředitelé často zmínili obtíže, které mají při hledání vhodných lidí do svých oddělení. Jeden z nich například řekl, že přestože jsou uchazeči o zaměstnání nezřídka vynikajícími účetními, často i s potenciálem být dobrými řídicími pracovníky, jsou mnohdy doslova nepoužitelní, dojde-li na řešení koncepčních a analytických otázek či poskytování podpory při manažerských rozhodnutích. Některé společnosti se právě z těchto důvodů rozhodly vyčlenit roli podpory podnikatelských rozhodnutí z finančního oddělení a zařadit ji do firemní struktury jako zcela novou, samostatnou součást. Je zjevné, že finanční oddělení ve firmách musejí projít celkovou transformací. Při současných dynamických změnách ekonomických podmínek od nich totiž vrcholová vedení společností vyžadují stále více informací a analýz, na nichž zakládají svá strategická rozhodnutí. (tz)

**VÝROBKŮM
Z NAŠEHO REGIONU
NIKDO NEODOLÁ!**



coop

COOP. VŠECHNO DOBRÉ.