PROSPERITA

Madam Business®

foto Kamil Varcoller

20 let SCAN quilt® ... spíte s námi

Ivana Šachová

Česká značka s úsměvem

str. 1, 10–12

rozhovor měsíce s Ing. Ivanou Šachovou, jednatelkou společnosti SILEX spol. s r.o.

Jednou v neděli

Eva Brixi

Prší mi láska z nebe
Potřebuji k tomu ale tebe
Zmoknem spolu
U jednoho stolu
Ty a já
Oba dva
Obejdem se bez ložnice
Budeme chtít něco více
Ty a já
Na obloze na peřince
Pohoupáš mne s chutí sice
Ale já se radši chopím rýče
A založím maliniště
Rybíz ostříhám
A oříšky pro Popelku posbírám

Prší mi láska z nebe
Polibkem umlčím já
Za okamžik tebe
Odmlouvám
Hledám totiž sama sebe
Sázím kytky
Beru hlíně vlastní dlaně
Prší mi láska z nebe
Prší na mě

UNIQA nabízí nové úrazové pojištění pro sporty a adrenalinové zážitky

Vzhledem k vysoké poptávce připravila UNIQA pojišťovna novou on-line aplikaci na sjednání krátkodobého sportovního úrazového pojištění. Přivítají ho vyznavači jak běžných, tak i tzv. adrenalinových sportů (včetně např. tandemových seskoků nebo bungee jumpingu), kteří se doposud museli zabezpečit celoročním pojištěním s krytím pro tyto aktivity nebo je neměli vůbec pojištěny. Nyní stačí uzavřít jednorázové pojištění cíleně pro plánovaný sportovní zážitek jeden nebo několik dnů před akcí. Díky internetové aplikaci je nabídka UNIQA dostupná 24 hodin denně. Podobný produkt doposud na trhu chyběl. Krátkodobé sportovní úrazové pojištění UNIQA lze sjednat na 2 až 31 dnů. Kryje ve smlouvě aktivity nejen v České republice či v Evropě, ale i na celém světě. Sportovní aktivity jsou rozděleny do čtyř skupin podle rizikovosti, přičemž nechybí ani lyžování mimo vyznačené trasy, nejobtížnější rafting, zorbing, canyoning nebo náročné vysokohorské túry. Velmi žádané je krytí například i pro aerobic, vodní lyžování nebo windsurfing. V nabídce je i pojištění adrenalinových dárků jako let balonem, stíhačkou, jízdy na čtyřkolce apod. Pojistí-li si klient aktivity ve čtvrté nejnebezpečnější skupině, má současně automaticky pojištěny i všechny ostatní zařazené níže.

UNIQA nabízí pro zájemce několik pojistných tarifů lišících se výší pojistných částek. Jednorázové krátkodobé úrazové pojištění může krýt smrt sportovce nebo jeho trvalé následky úrazem až do výše jednoho milionu korun. Součástí jsou i denní odškodné a nemocniční odškodné za dobu léčení úrazu. Dalším krytím v rizikovějších tarifech je speciální pojistná částka na léčení popálenin, zlomenin a na kosmetické operace.

Klient se nemusí podrobit žádné zdravotní prohlídce, stačí jeho čestné prohlášení, že je zdráv a schopen sportovního výkonu. Pro profesionální sportovce (osoby mající sport jako zaměstnání nebo jako hlavní zdroj obživy) lze uzavřít i nadále celoroční pojištění pro případ smrti úrazem a trvalé invalidity následkem úrazu. (tz) ¶

www.itczlin.cz

ITC: pro hračky i hazard

Věnovat dítěti hračku, která má všechny atributy kvality, přivést ratolest na hřiště, které splňuje požadavky bezpečnosti po všech stránkách, to je jistě snem nejednoho rodiče, babičky, dědy. Na síle toto téma nabývá právě v letních měsících nebo naopak před Vánocemi. Celoročně však nenechává v klidu mnohé firmy, které se přesvědčily, jak mocný je obsah slova certifikace. O tom opět po čase na našich stránkách Ing. Taťána Pašiaková, ředitelka marketingu ITC, a.s., avšak v souvislostech, které jste třeba netušili:

Ing. Taťána Pašiaková

Jak byste charakterizovala zapojení společnosti ITC Zlín do programu Česká kvalita?
Je to přibližně 10 let, co naše společnost začala uvažovat o projektu, zaměřeném na udělování certifikačních značek, vyzdvihujících výrobky s vysokou a stabilní kvalitou a bezpečností. V tomto období padla prvotní volba na sektor hraček, který se nám jevil jako optimální, a to především z důvodu předpokládaného zájmu o značku ze strany koncových spotřebitelů. O programu Česká kvalita a jeho podpoře certifikačních značek jsme věděli, ale se zapojením jsme vyčkávali na dobu, kdy bude námi nabízená značka etablovaným produktem, což nastalo zhruba dva až tři roky od prodeje první licence na značku Bezpečné hračky. Po registraci značky do programu Česká kvalita jsme se rozhodli pro maximální využití této skutečnosti ve prospěch zviditelnění držitelů licence. To byl důvod, proč se snažíme dlouhodobě zviditelňovat nejen jako odborný subjekt, který se zapojuje do programu Česká kvalita v souvislosti se třemi certifikačními značkami, ale také jako oficiální partner Večerů s českou kvalitou.

Marketing v oblasti služeb, jakými jsou testování a certifikace, to je vaše téma. Čím je specifický, v čem nezastupitelný, co firmě přináší? A jak nejlépe komunikovat značky kvality?
Marketing v naší oblasti je opravdu velmi specifický, a obvyklé praktiky, kterými se podporují tradiční výrobky a služby, příliš nefungují. Náš klient je obvykle technik na pozici manažera jakosti, projektového manažera, vedoucího vývoje apod. Tito lidé pramálo vnímají klasickou reklamu, a proto nám nezbývá než upoutat jejich pozornost úplně jinak. Asi nejlépe komunikujeme skrze nabídku vzdělávání v souvislosti s technickými požadavky na výrobky. Semináře, workshopy, školení přímo ve firmách, to je jednoznačně nejefektivnější způsob, jak se prezentovat. Pokud jsou lidé ochotni přijet a poslouchat vás několik hodin, pak vám vzniká obrovská příležitost uplatnit i jiné nástroje propagace. A mezi ně řadíme i nabídku značek kvality. V podstatě na každé takovéto akci máme zařazenu přednášku, která vysvětluje principy a procedury značek kvality, vyzdvihuje její tržní výhody a přidanou hodnotu pro daný výrobek. Bohužel, marketing v oblasti zkušebnictví a certifikace je často podceňován a mnozí, kteří pracují v oboru, zastávají názor, že snad ani není zapotřebí. V ITC ale víme, že je tomu jinak. Prestiž, dobré jméno, důvěryhodnost a svým způsobem i věhlas certifikujícího subjektu je v dnešní době obrovskou devizou nejen pro oblast dodavatelsko-odběratelských vztahů vlastníků atestů a certifikátů, ale i garancí efektivní komunikace např. s orgány dozoru nad trhem.

Marketing v naší oblasti je opravdu velmi specifický, a obvyklé praktiky, kterými se podporují tradiční výrobky a služby, příliš nefungují. Náš klient je obvykle technik na pozici manažera jakosti, projektového manažera, vedoucího vývoje apod. Tito lidé pramálo vnímají klasickou reklamu, a proto nám nezbývá než upoutat jejich pozornost úplně jinak.

Spolupracujete s klienty na získání certifikovaných značek jakosti. Co jim přinese certifikát Bezpečné hračky a jak se mění testování s ohledem na nové bezpečnostní požadavky výrobků pro děti?
Zakoupení výrobku se žlutým logem ▶

Bezpečné hračky je pro výrobce i konečného spotřebitele vysokou zárukou, že výrobek je opravdu bezpečný a zdravotně nezávadný, což je garantováno certifikátem ITC a trvalým dohledem nad stálou kvalitou a bezpečností výrobku po celou dobu platnosti licence na užívání značky. Co se týče aktualizace bezpečnostních požadavků na hračky, tak ta probíhá ve spolupráci s vlastníkem koncese na značku – Italským institutem pro bezpečnost hraček z Cabiate a cílem je zohledňovat stav vývoje vědy a techniky v dané oblasti. V současné době probíhají v oblasti hodnocení hraček velké změny v důsledku nové směrnice o bezpečnosti hraček, která bude platit od 20. července 2011 a přináší s sebou nejen nově sledované vlastnosti hraček, ale i nové procedury uvádění hraček na trh Evropské unie.

Značka Osvědčeno pro stavbu, která je už nedílnou součástí programu Česká kvalita, získala dobré jméno mezi staviteli. Čím je pro ně zajímavá a jak zapadá do státního dotačního titulu Zelená úsporám, na němž ITC také participuje?

Správcem certifikačního systému je Svaz zkušeben pro výstavbu, který je i vlastníkem ochranné známky. SZV spolupracuje při realizaci systému s akreditovanými zkušebnami a certifikačními orgány, s profesními sdruženími, subjekty dotčenými stavebním řádem a příslušnými orgány státní správy. ITC je jedním z odborných partnerů SZV, který realizuje jak zkušebnickou tak certifikační činnost v souvislosti s udílením licence na značku. Ačkoliv neparticipuje přímo na projektu Zelená úsporám, zastává důležitou roli poskytovatele certifikátů a dalších vhodných dokumentů, které jsou potřebné pro zápis do Seznamu výrobků a technologií. A právě certifikát výrobku „Osvědčeno pro stavbu" je optimálním průkazem splnění všech legislativních požadavků pro umístění výrobku na trh i do stavby. Podrobnosti lze najít na stránkách http://www.zelenausporam.cz.

Program Česká kvalita letos rozšířila značka Hřiště-sportoviště-tělocvična-Ověřený provoz. Může certifikace snížit bezpečnostní rizika při sportování dětí a dospělých?

Pravdou je, že mnohá hřiště a sportoviště určená pro děti nejsou v příliš dobrém stavu. Příčin je mnoho, ale mezi ty nejvíce ohrožující bezpečnost dětí je používání starých herních prvků a povrchů, dále pak poškození vybavení v důsledku vandalské činnosti a v neposlední řadě jsou to také chyby v návrzích a instalaci některých herních prvků. Tohle vše by za ideálních podmínek mohlo být odstraněno rozšířením zmíněné značky. Vidím zde ovšem jeden zásadní problém a to jsou finance. Zřizovatelem a provozovatelem areálů pro děti je obvykle státní správa (města, obce) a zde může projekt narazit na plánované škrty a úspory. Ale třeba se mýlím a budeme všichni mile překvapeni…

Nabízíte i osvědčení výherních přístrojů. Můžete říci, v čem spočívá a jaký má význam pro provozovatele a uživatele?

Certifikační činnost ITC v oblasti hazardu je někdy vnímána veřejností jako vybočující z řady těch „důstojnějších" aktivit. Ale mohu všechny ubezpečit, že to je práce jako každá jiná a obecně ji považuji za velmi prospěšnou a chránící koncové uživatele. Hazard z lidské společnosti vymítit nelze, a tak nezbývá, než nastavit mantinely, v nichž se bude pokud možno „bezpečně" pohybovat. A k tomuto má ITC ve spolupráci s GMT Europe a.s. všechny předpoklady – technické, kompetenční i personální. Rozsah osvědčování je široký, ale pro lepší představu uvedu několik základních parametrů, které jsou předmětem kontroly: maximální sázka na jednu hru, maximální výhra z jedné hry, doba hry, nejvyšší hodinová prohra, výherní podíl, evidence vložených a vyplacených mincí, nemožnost převodu vložených prostředků do výher, datum výroby přístroje apod. Z tohoto výčtu je zřejmé, že regulace v oblasti hazardu si klade za cíl jednak zamezit zneužívání chorobného zápalu pro hru a zmírnit tímto nežádoucí dopady na koncové uživatele i provozovatele.

Překvapilo mě, že ITC Zlín vyhrál Exportní cenu DHL. Jak jste se stali úspěšnými vývozci?

Pro naši firmu je toto ocenění mimořádně významné a přiznávám, že i trochu překvapivé. Zejména proto, že vyvážíme služby, navíc služby ne zcela obvyklé. Také je třeba podotknout, že jsme výherci ceny pro teritorium Indie a že velkou zásluhu na ocenění mají naši lokální partneři, kteří intenzivně komunikují s místním trhem a spolupracují přímo na řešení zakázek, coby schválení experti a auditoři. Asi nejzásadnější zkušenost, kterou jsme díky spolupráci s tzv. třetími zeměmi udělali, jsou rozdíly v oblasti pracovních návyků a postupů. Přizpůsobit se mnoha odlišnostem, s nimiž se při realizaci služeb potýkáme, není zdaleka jednoduché a vyžaduje na jedné straně důslednost a na druhé trpělivost a flexibilitu.

Ve vedení ITC působí ženy. Patří ITC mezi feminizované společnosti?

Pokud se ptáte, zda ITC patří mezi firmy s významným podílem žen na řízení firmy, tak nejspíš nijak nevybočujeme z běžného průměru. Každopádně pokud má žena dobré předpoklady pro vykonávání jakékoliv práce, byť obvykle zastávané muži, má v ITC rovnou příležitost. Důkazem jsou ženy na postech vedoucí zkušebních laboratoří, certifikačních pracovišť, managementu jakosti apod. Dle mého názoru ženský aspekt v kombinaci s mužským sehrává ve vedení firmy velmi pozitivní úlohu, která se dříve nebo později promítne do výsledků práce celé společnosti.

ptal se Pavel Kačer ¶

Jak nás štvou, ale…

Někdo jim řekne pitomci, jiný idioti, třetí podotkne, že to jsou šťouralové, zakomplexovaní zrádci, debilové, hnusáci, a další soudný nad takovými lidmi mávne rukou. Už asi víte, koho mám na mysli. Takové lidi, o kterých si dlouho neumíte udělat názor, o nichž nevíte, co si máte myslet. Na první pohled skromní, nenápadní, hodní, snaživí. Za zády však pilní a ve střehu – pečlivě hlídají, kdy přijde jejich chvíle, aby mohli plivnout. Aby vás mohli naštvat, jakobynic upozornit na to, co vás rozladí, aby vám jakkoli znepříjemnili život. Upustí poznámku, dvěma zlověstnými slůvky okomentují to, čemu by se normální člověk pousmál. Ubližují a to je naplňuje. Jed dští jen proto, aby si libovali, když vám cokoli zkazí, zkomplikují, když vás „dostanou". Těžko tyhle lidičky odhalíte, natož abyste systematicky pátrali po jejich stopách. Není na to kdy. Tihle chudáci ničeho velkého nedosáhnou. Zdánlivě šikovně parazitují na ostatních, a ještě popichují. Ztrácejí to nejcennější, a to je čas, v němž by mohli vytvářet hodnoty, ať už jimi nazýváme cokoli prospěšného. Přicházejí také o možnost, aby je měli ostatní rádi.

vaše Eva Brixi

Tip Grady

Všichni denně vyjednáváme o různých záležitostech, ať už se zákazníky, obchodními partnery, nebo doma, v rodině. Mnohá vyjednávání přitom z řady důvodů neprobíhají hladce, zvlášť když druhá strana odmítá spolupracovat a dosáhnout uspokojivé dohody. Čelíme pak agresivnímu či nefér ovému postoji, jsme ve stresu a nedokážeme najít východisko ze situace. Tato knížka je plná speciálních strategií a taktik, které vás připraví na vyjednávání právě v těchto složitých případech. Rádcem vám bude uznávaný autor, který trénuje manažery a úspěšně pracoval jako vyjednavač pro policii.

partneři www.madambusiness.cz

Amway www.amway.cz
yourchance www.yourchance.cz
Genius Media www.geniusmedia.cz
OREA HOTELS www.orea.cz
UniCredit Leasing www.unicreditleasing.cz
ng www.ngprague.cz
resort SVATÁ KATEŘINA www.katerinaresort.cz
KIA KIA MOTORS The Power to Surprise www.kiamotors.cz
MAFAS SECURITY SERVICE s.r.o. www.mafas.cz
Švamberk www.svamberk.com
credium www.credium.cz
Edenred www.edenred.cz
LG Life's Good www.lg.com
REGINA KOSMETIKA www.reginakosmetika.cz
Templářské Sklepy www.templarske-sklepy.cz
BON BON www.bon-bon.cz
LADY MODA www.ladymoda.cz
VOX kurzy, semináře, rekvalifikace www.vox.cz
ZP 211 www.zpmvcr.cz
Model www.modelpraha.cz
www.zts.cz
AB COSMETICS www.ab-cosmetics.com
MOZOOM RATING www.economy-rating.cz
COOP CENTRUM www.coop.cz
Cetelem www.cetelem.cz

Prosperita Madam Business
vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 5, červenec 2011
Vydává RIX, s. r. o., Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9, pod vedením PhDr. Evy Brixi-Šimkové
e-mail: brixi@prosperita.info, mobil: 602 618 008
obchodní ředitel Martin Šimek, mobil: 606 615 609
design: Věra Vinterová a Karel Švihel
zlom: Karel Švihel, korektury: Mgr. Pavla Rožníčková
tisk: Moravská typografie, distribuce: 5P Agency, www.madambusiness.cz
Placené textové materiály jsou označené grafickým symbolem ¶

Poroste úloha komunikace

firem, institucí a veřejnosti?

Helena Matuszná
Tiskové centrum České spořitelny

Bezpochyby ano, úměrně k neustále rostoucí konkurenci na trhu. Firmy a instituce budou klást stále větší důraz na správnou formu komunikace s veřejností, a to nejen za účelem získání nových klientů, ale také s cílem udržet si stávající a posílit v nich vztah vzájemné důvěry. Klíčem k úspěchu, jak přitáhnout pozornost veřejnosti, bude jednoduchost a srozumitelnost komunikace. Rychlou, jednoduchou a srozumitelnou informaci ocení každý z nás. Je fajn odcházet z úřadu, banky či firmy s pocitem, že informacím, které jsem získal, rozumím, mají pro mě určitou hodnotu a jsou tak užitečné. Člověk, který mi informace poskytl, tedy udělal svou práci dobře:-).

Co oceňujete
na podnikatelkách a manažerkách?

Petr Havel, zemědělský analytik

Ženy jsou zodpovědnější než muži a vyplývá to především z jejich mateřské role. Vyznačují se větší pečlivostí, dodržováním daného slova, dbají na detaily, jednají seriózněji. Považuji za šťastné řešení, když tyto vlastnosti vnášejí do vedení firem, protože například seriózności se v podnikání nedostává.

Informace do kabelky

AAA AUTO půjčí na auto téměř každému

Společnost AAA AUTO začala poskytovat nový finanční produkt nazvaný „Jistá půjčka". Ta je určena pro všechny zákazníky, kteří jinde nemohou získat leasing ani úvěr na financování vozidla. AAA AUTO se tak stala jediným prodejcem ojetých vozidel na českém trhu, který podobný typ financování zákazníkům nabízí.

Jistá půjčka je určena pro studenty a důchodce, ženy na mateřské dovolené, pro zaměstnance ve zkušební době, pro pracovníky s nízkých příjmem a také pro všechny zájemce o vůz, kterým jinde nepůjčí. „S Jistou půjčkou zařídíme úvěr každému zájemci o koupi ojetého vozidla u naší společnosti. Co produkt činí unikátním, je skutečnost, že neklademe u zákazníka takový důraz na předchozí platební morálku. Chceme tak pomoci zákazníkům, kteří se ne vždy vlastní vinou dostali v průběhu krize do finančních problémů a nyní mají potíže získat úvěr nebo leasing na automobil," uvedl generální ředitel AAA AUTO Anthony Denny.

S Jistou půjčkou získají zájemci u AAA AUTO půjčku až do výše 200 000 Kč, přičemž lze využít doby splácení až 4 roky, a to včetně kompletního pojištění a satelitního zabezpečení vozidla. Zároveň lze Jistou půjčkou financovat vozy od roku výroby 2001. „U Jisté půjčky jsme zaznamenali nízké riziko v počtu nesplácených smluv, kterých jsou méně než 4 %. Za letošní rok dokonce nemáme ani jednu nesplácenou smlouvu, což nám potvrzuje, že si dokážeme naše zákazníky velmi dobře vybrat a oni si zároveň váží toho, že od nás dostanou druhou šanci," doplnil A. Denny.

„Jistá půjčka prošla úspěšným půlročním testovacím obdobím, které potvrdilo, že zákazníci projevili o tuto formu financování značný zájem. V současnosti uzavíráme minimálně jednu finanční smlouvu na tento produkt denně. Na základě toho připravujeme podobný typ financování spustit také na Slovensku a v dalších zemích, ve kterých plánujeme působit," podotkl Anthony Denny.

(tz)

Jak to je

Eva Brixi

Zrání zmatené
Jestli jsem žena nebo stále ne
Zda už mám střevíčky z hadí kůže
Ty hádky přijdou
Jen čas za to může
Zrání takové
Jaké nikdo nepoznal
Jsem ovocná čokoláda
Jen ji hned nerozbal

foto Kamil Varcoller

www.edenred.cz

Manažerské stravování:

kvalitní oběd pro špičkový výkon

Také máte občas nezvládnutelnou chuť projednat obchodní záležitosti ne při partnerském obědě, ale s prázdným žaludkem jen při polední kávě třeba v galerii ve společnosti nádherných obrazů a plastik, anebo v cukrárně nad vrchovatým zmrzlinovým pohárem? Znáte určitě i situace, kdy přijdete pozdě večer domů a vrháte se do ledničky hlava nehlava a je vám úplně jedno, že jdete za hodinku spát? Nebo utahaně padnete do křesla a nejste schopni už nikoho z rodiny poslouchat, natož si jít zahrát na zahradu badminton? I to patří do podnikatelského a manažerského světa hříchů. Přitom všichni víme, jaké divy dokáže s naším organizmem udělat pravidelný režim, kapka toho, čemu říkáme zdravý životní styl. O něm jsem hovořila s Danielou Pedret, Marketing & Communication Director společnosti Edenred.

Značně překvapivé bylo zjištění jednoho nedávného výzkumu, že pouze polovina Čechů pravidelně obědvá. Čemu to přisuzujete?
Je pravdou, že mezinárodní průzkum v rámci projektu FOOD, jehož je společnost Edenred partnerem, ukázal na to, že Češi v porovnání s lidmi ze zemí západní Evropy málo obědvají. Na druhou stranu je velmi potěšitelné, že když už Češi na oběd jdou, pak volí teplé jídlo v restauraci nebo závodní jídelně. Mám obavy, že pokud by se zrušily v tuzemsku daňové výhody pro stravenky, pak by návštěvy restaurací poklesly a stravovací návyky Čechů by se dále zhoršily. Podle průzkumu GfK by polovina lidí bez stravenek snížila svoji útratu v restauraci průměrně o 37 %. Sedmdesát procent lidí by bez stravenek omezilo chození na oběd nebo na něj přestalo chodit úplně.

Myslím, že „manažerské“ stravování je hodně špatným příkladem. Stálý stres, ať si to připouštíme, nebo ne, nejrůznější pracovní obědy, partnerské večeře, setkání u kávy, obchodní jednání s přípitkem nebo křtu nového loga firmy…
Samozřejmě, že časově vytížený člověk, a nemusí se jednat jen o manažery, někdy nemá příliš mnoho času na to zajít na oběd. Na druhou stranu je třeba říci, že vše je o prioritách. Mezinárodní průzkumy prokazují, že kvalitní a vyvážená strava dokáže zvýšit pracovní nasazení. Platí to pro profese manuální i lidi pracující v kancelářích. Pokud tedy chci pro svého zaměstnavatele odvádět špičkový výkon, pak k tomu prostě patří, že se i kvalitně naobědvám. Ze svého okolí musím říci, že se situace zlepšuje. Umožňuje to i koncepčnost a týmová práce. Doba workoholiků, kteří pracovali celé dny i noci bez přestávek a vše si raději dělali sami bez cizí pomoci, je snad již pryč. Vím, že se na svůj tým mohu spolehnout a rozhodně se nesnažím dělat manažera spasitele, který vše musí vyřešit.

Jedním z východisek je kvalitní závodní stravování, kdy je dostatečná nabídka lákavě upravené zeleniny a ovoce. To bývá pobídkou právě pro ženy. Jaké máte zkušenosti?
Já osobně používám stravenky, kterými hradím jídlo v restauracích. Pochopitelně se snažím jíst zdravě. Pokud jde o závodní jídelny, velká část z nich již dnes nabízí jedno jídlo dle principů vyvážené stravy. Samozřejmě to neplatí pro všechny. My se snažíme v rámci projektu FOOD zdravou stravu podporovat a vím, že v řadě firem si lidé sami „zespoda“ vymohli, aby se u nich připravovala i zdravá, a přitom chutná jídla.

Podle průzkumu GfK by polovina lidí bez stravenek snížila svoji útratu v restauraci průměrně o 37 %. Sedmdesát procent lidí by bez stravenek omezilo chození na oběd nebo na něj přestalo chodit úplně.

Daniela Pedret

Ostatně, myslíte si, že konzumace zeleniny a ovoce je v České republice na vzestupu?
Určitě, v mnoha ▶

Doba workoholiků, kteří pracovali celé dny i noci bez přestávek a vše si raději dělali sami bez cizí pomoci, je snad již pryč. Vím, že se na svůj tým mohu spolehnout a rozhodně se nesnažím dělat manažera spasitele, který vše musí vyřešit.

restauracích dnes dostanete v poledním menu zeleninový salát nebo teplé jídlo se zeleninou. Je ale pravda, že se to týká hlavně Prahy a velkých měst. Tuto praxi by měl rozšířit i projekt FOOD. Několik desítek i mimopražských restaurací nyní v pilotním projektu nabízí zdravá jídla. A nemusí jít jen o zeleninu.

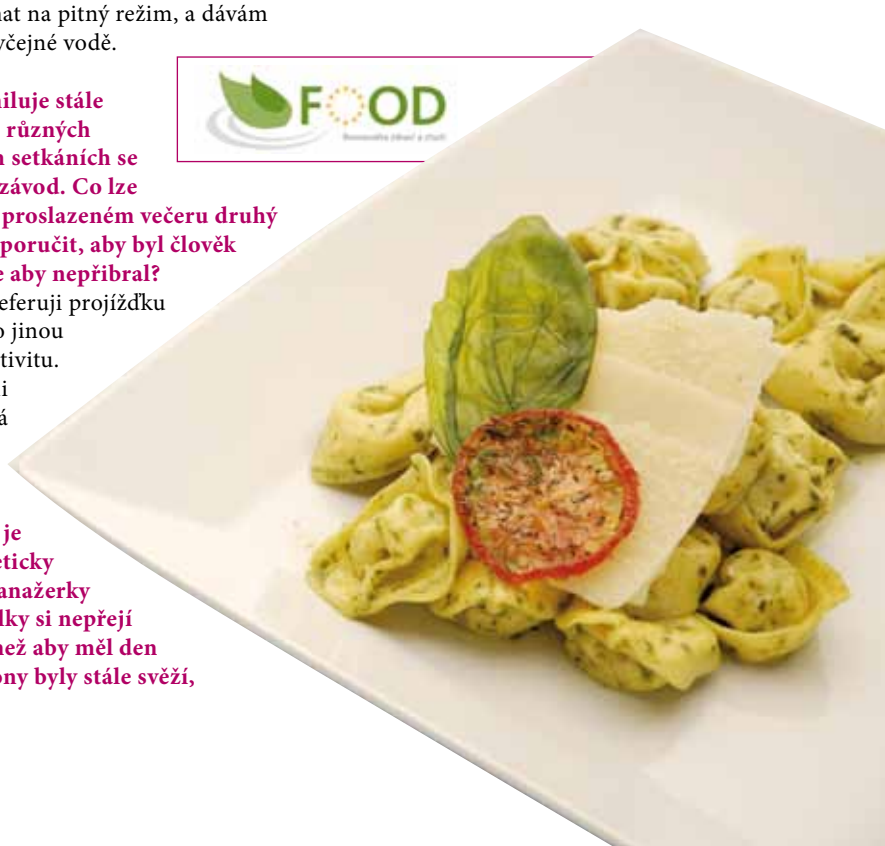
Vaše společnost si velice váží rad, poznatků a zkušeností výživové poradkyně Dr. Ivy Málkové. Ta nedoporučuje žádné násilí diet, ale zdravý selský rozum, střídmost a trochu vůle – funguje to?
Snažím se jejími radami řídit, i když ne vždy se mi to daří. Ale cítím se dobře a mohu tuto metodu doporučit.

Co z jejích názorů vyhovuje vám osobně? Vím, že v roli manažerky, manželky, matky to s časem také nemáte jednoduché.
Nejvíc se mi líbí, že jíst mohu vlastně úplně všechno, ale jen v rozumné míře. Také se snažím jíst vícekrát denně a nezapomínat na pitný režim, a dávám přednost obyčejné vodě.

Čokoládu miluje stále více lidí, při různých slavnostních setkáních se mlsá jako o závod. Co lze po takovém proslazeném večeru druhý den ráno doporučit, aby byl člověk nejen fit, ale aby nepřibral?
Já osobně preferuji projížďku na koni nebo jinou sportovní aktivitu. Ale někdy mi stačí i dlouhá procházka s dětmi.

Každý z nás je jinak energeticky stavěný – manažerky a podnikatelky si nepřejí nic jiného, než aby měl den 50 hodin a ony byly stále svěží, bystré, plné chuti do práce. Jak se dá dobrá kondice dlouhodobě nenásilně ovlivnit? Aniž třeba denně cvičíme?
Je jasné, že každému spaluje tělo nabrané kalorie jinak. Sport je velmi důležitý, ale základem je pravidelnost ve stravování a nepřejídání se. A jak jsem již řekla, i fyzicky nenáročné aktivity jako ranní procházka do práce nebo schody místo výtahu mi pomáhají zachovat se ve formě.

otázky připravila Eva Brixi

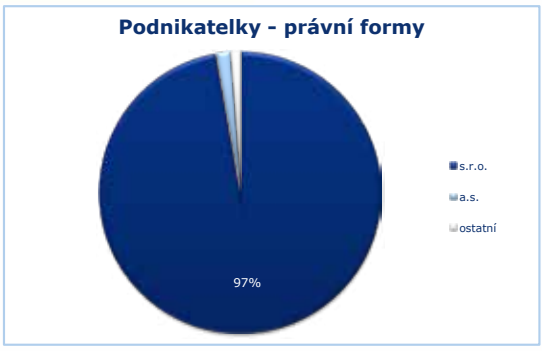


Životní osudy úspěchu

Mít možnost vyslechnout lidské příběhy, jejichž nitky svedly pramínek podnikatelského úspěchu žen, které ze sebe nedokáží dělat hrdinky dne, ale přitom jimy jsou, je příležitost nad jiné. Na mnoha akcích Agentury Helas jsem se přesvědčila o síle osobnosti takových žen, o magii dramat, z nichž vyvstává inspirace pro ty, jež váhají do businessu zatím vstoupit.

O řadě žen, které prošly soutěží Ocenění českých podnikatelek, jsme na stránkách Madam Business již psali – okamžiky, které najednou dávají životu další rozměr, se neplánují, mají zpravidla charakter spontánnosti, roli hraje intuice, nápad, touha si něco dalšího zkusit. Když o svých začátcích i zkušenostech, pocitech i metodách práce tyto ženy, majitelky firem, vyprávějí, stojí v popředí jejich srdce, atribut, který se nedá delegovat. Snad právě proto, byť postavena na hospodářských výsledcích firem, je zmíněná soutěž tou, k níž české podnikateky získaly tak vřelý vztah.
Zakladatelské společnosti Mazars a Agentura Helas počátkem června oficiálně zahájily čtvrtý ročník soutěže OCENĚNÍ ČESKÝCH PODNIKATELEK – OCP. České podnikatelky budou opět soutěžit ve třech kategoriích „Česká zakladatelka, která podnik vlastní a řídí", „Cena GE Money Bank – Výjimečná podnikatelka" a „Výjimečný růst firmy".
„Zajímá nás životní filozofie, ale i manažerské a obchodní metody žen, které jim pomohly dosáhnout úspěchu. Chceme jim vyjádřit uznání a využít jejich příkladu pro podporu všech žen ať už aktivně činných, či těch, které sbírají odhodlání a sílu ke svým prvním či dalším novým projektům," shodují se zakladatelky projektu Jana Švenková a Helena Kohoutová.
„Podle průzkumu, který jsme si nechali udělat v GE Money Bank koncem minulého roku, se ukázalo, že v České republice podniká dvakrát méně žen než mužů. GE Money Bank se podpoře žen v podnikání věnuje dlouhodobě a na globální úrovni již v téměř deseti zemích světa, včetně České republiky. A těší nás, že je tu soutěž, která pomáhá představovat veřejnosti nové ženské podnikatelské vzory," řekla Jarmila Plachá, ředitelka marketingu GE Money Bank.
Účastníkem soutěže může být pouze osobnost, která splňuje tři základní kritéria: je český občan – žena, je 100% majitelkou společnosti a její společnost byla založena nejpozději k 1. lednu 2007 (obchodní společnosti a podnikatelky, které vedou povinně podvojné účetnictví dle Zákona č. 563/1991 Sb. o účetnictví).
Do soutěže může být česká žena nominována: na základě finanční analýzy veřejně dostupných údajů všech společností v České republice (100% vlastněné ženou a s počtem zaměstnanců více než 10 osob) zpracovaných odborným garantem, kterým je prestižní společnost, specialista na rating a scoring firem, CCB-Czech Credit Bureau, a. s. Vítězka předchozích ročníků se může do soutěže přihlásit nejdříve za následující 3 roky (příklad: vítězka ročníku 2008 se může přihlásit nejdříve v roce 2011).
Do soutěže se může česká žena přihlásit i z vlastní iniciativy (např. díky inzerci soutěže v médiích). Přihláška do soutěže je uvedena na webové stránce oceneniceskychpodnikatek.cz. Firma musí splňovat požadovaná kritéria soutěže a dále poskytnout účetní výkazy za poslední čtyři uzavřené roky, které budou přílohou registrace. Tyto údaje budou dále analyzovány. Termín pro podání veřejných přihlášek je možný do 21. září 2011 do 12 hodin.
„Z databáze letos vzešlo 9894 potenciálních kandidátek. Po další selekci dle kritéria existence finanční závěrky na sbírce listin a současně z počtu zaměstnanců od 10 výše bylo vybráno 196 semifinalistek," sdělil Ing. Pavel Finger, člen představenstva CCB – Czech Credit Bureau.
„Z dalších statistik obecného charakteru vyplývá, že počet nalezených žen podnikatelek vedených jako FOP – fyzická osoba podnikatel a zaregistrovaných jako plátce DPH je kolem 55 000. Oproti tomu mužů je registrovaných plátců DPH 255 000. Počet žen vlastnících alespoň nějaký majetkový podíl ve firmách je v současnosti 102 485," dodal.
„Ženy podnikatelky se příliš nepouštějí do kalných vod státních zakázek, podíl potenciálních kandidátek soutěže OCP na státních zakázkách zveřejněných v systému ISVZ za rok 2010 činil pouze necelé půl procento, zatímco jejich podíl na celkovém počtu firem je kolem tří procent," komentoval české podnikatelské prostředí P. Finger.

- Firmy kandidátek OCP přicházely na trh ve dvou vlnách.



- Ženy podnikatelky jsou převážně firmy MSP a tak preferují formu s.r.o.

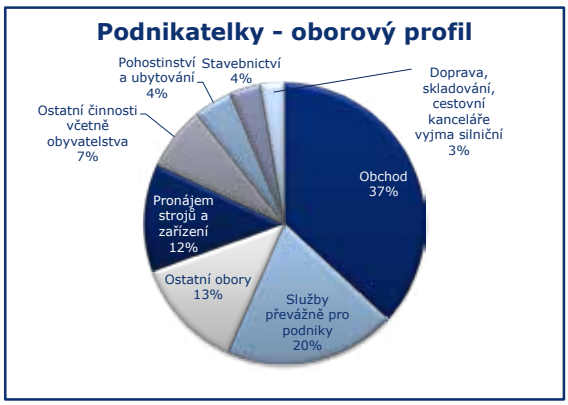
Ceny budou uděleny v těchto kategoriích:
V první kategorii **„Česká zakladatelka, která podnik vlastní a řídí"** budou uděleny ceny za první až třetí místo v podkategoriích malá společnost (10–24 zaměstnanců), střední společnost (25–99 zaměstnanců) a velká společnost (100 a více zaměstnanců).

Druhá kategorie **„Cena GE Money Bank – Výjimečná podnikatelka"** bude vyhodnocena bez ohledu na počet zaměstnanců. Bude udělena jedna cena, jejím patronem je GE Money Bank, která je generálním partnerem soutěže.

Třetí kategorie **„Výjimečný růst firmy"** hodnotí výjimečný růst činnosti firmy za poslední tři sledované roky bez ohledu na kategorii, ve které se firma nachází. Patronem této ceny je společnost MasterCard, která je hlavním partnerem soutěže. ▶

„Jako pracující žena a matka vím, že ženy podnikatelky zaslouží obdiv už jen za skloubení náročného pracovního a rodinného života. Pokud navíc stojí taková žena v čele firmy, která ve třech po sobě jdoucích letech dosahuje výjimečného růstu, nemělo by toto úsilí a úspěch zůstat bez povšimnutí. Proto nás těší, že můžeme být partnery právě této kategorie," uvedla Eva Kárníková, obchodní ředitelka pro rozvoj obchodů MasterCard Europe v České republice, Slovensku, Slovinsku a Chorvatsku.

Soutěž byla založena v roce 2008. Jejím cílem je podpora českých žen, podnikatelek. Umožňuje ocenit ženy jako osobnosti a poukázat na významné projekty nebo inovace v různých oborech, které české firmy pod jejich vedením přinášejí na domácí nebo evropský trh. Klade si zároveň za cíl vyzdvihnout a šířit úspěchy žen dosažené v podnikání při respektování nepsaných mravních norem vzájemného obchodu.



• Obchod a služby jako předmět podnikání u žen převažují.

„Jsme velmi rády, že jsme v letošním roce mohly zahájit spolupráci s občanským sdružením Nejsi na to sama, institucí, která má za cíl pomáhat ženám s rakovinou prsu," vysvětlily zakladatelky projektu.

Více informací o soutěži naleznete na www.oceneniceskychpodnikatelek.cz. Slavnostní vyhlášení vítězů OCENĚNÍ ČESKÝCH PODNIKATLEK – OCP 2011 se uskuteční 1. listopadu v prostorách panoramatické restaurace ZOOM v Kongresovém centru Praha. (rix, tz)

Nejlepší televizor pro prohlížení fotografií má LG

Společnost LG Electronics CZ (LG), která je světovým lídrem a inovátorem ve spotřební elektronice, získala další prestižní ocenění od asociace TIPA. Tentokrát za nejlepší televizor LG PZ950 určený pro prohlížení fotografií. Asociace TIPA se k televizoru vyjádřila: 3D technologii si oblíbili nejen milovníci domácího kina, ale také všichni ti, kteří produkují svůj vlastní 3D obsah – ať už pomocí 3D fotoaparátu, nebo 3D kamer. Plazmový televizor LG PZ950 používá vylepšenou zobrazovací technologii, která zajišťuje neskutečně vysokou kvalitu při zobrazování filmů i fotografií – a to jak ve 2D, tak ve 3D. Model LG PZ950 je rovněž certifikován jako THX 3D a doplněn funkcí pro převod z 2D do 3D; TruBlack filtr zase zajišťuje dokonalé podání barev za všech světelných podmínek. „Je pro nás poctou, že asociace TIPA ocenila náš plazmový televizor. Že plazmová technologie neřekla poslední slovo, to ukazuje právě model LG PZ950. Nabízí skutečně fantastický obraz s dokonalými barvami a perfektní černou. Navíc je to skutečný designový skvost," uvedl Martin Malý, tiskový mluvčí společnosti LG Electronics CZ. Model PZ950 patří k nejlepším televizorům, jaké kdy byly stvořeny. Televizor může mít velikost úhlopříčky až 60", tedy 152 cm. To je rozměr, který nadchne i nejnáročnějšího diváka a vtáhne do děje. Že je obraz naprosto špičkový s nekompromisní kvalitou, to dokazuje i THX 3D certifikace. Obnovovací frekvence obrazu činí 600 Hz, takže všechny scény jsou dokonale ostré a ani 3D obraz nebliká. Televizor je vybaven funkcí Smart TV, jednoduše jej připojíte do domácí Wi-Fi sítě, přitom se ovládá velmi jednoduše, díky dálkovému ovladači Magic Motion Remote. Kdo chce to nejlepší, ten volí LG PZ950. Asociace TIPA (www.tipa.com) sdružuje celkem 29 magazínů ze 13 zemí celého světa. Jedná se o největší fotografickou asociaci na světě, proto jsou její ocenění tak výjimečná. Asociace každý rok vyhlašuje vítěze celkem ve 40 kategoriích, jako je nejlepší blesk, objektiv, skener nebo stativ. (tz) ¶

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 nejvhodnějším pokračováním!

A: Hi Jane. I'm calling to schedule a meeting about our new project.
B: Sure. When are you available?
A: How about next Tuesday? At 11?
B: …

Vyberte nejvhodnější variantu pro pokračování rozhovoru.

a) I'm sorry. It's busy.
b) Oh, I'm sorry. I am meeting my boss then.
c) No. That's wrong.

Odpovědi zasílejte do konce června na adresu marketing@chc.cz. Ze správných odpovědí vylosujeme výherce Velkého česko-anglického a anglicko-českého slovníku. Každý soutěžící navíc získá slevový poukaz v hodnotě 300 korun, který může uplatit na kurz z podzimního rozvrhu.

Glosář

K vyjádření návrhu můžeme v angličtině použít např. následující výrazy:
How about … ? = Co takhle … ?
How about next Tuesday? – Co takhle příští úterý?
Why don't … ? = Proč ne … ?
Why don't we meet for lunch? – Proč se nesejít na oběd?
Let's … = Pojďme …
Let's meet them tomorrow. – Pojďme se s nimi setkat zítra.

Ve formálnější situacích můžeme použít např. následující výrazy:
I suggest that … = Navrhuji …
I suggest that we inform the management about it. – Navrhuji, abychom o tom informovali management.
I propose that … = Navrhuji …
Our marketing manager proposed that we launch a new campaign. – Náš marketingový ředitel navrhnul, abychom začali novou kampaň.
Let me suggest that … = Dovolte mi navrhnout …
Let me suggest that we send an official letter to the Mayor. – Dovolte mi navrhnout, abychom starostovi poslali oficiální dopis.

TIP CHC: Vypsali jsme rozvrh letních a podzimních kurzů.
Přihlaste se online na www.chc.cz.

Vyhodnocení soutěže

Channel Crossings

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

Správná odpověď zní:
c) I´m afraid her line is busy.

Vítězce červnové soutěže Daně Samkové z Prahy blahopřejeme a posíláme dárkový balíček z oblasti jazykových služeb.
Všichni účastníci obdrží roční přístup k on-line studijnímu programu angličtiny, němčiny nebo francouzštiny v hodně 490 Kč.

s Ivanou Šachovou

www.scanquilt.cz

Česká značka s úsměvem

Polštáře, přikrývky, povlečení, osušky, ručníky, župany i kapesníky. Samé příjemné – no, jak to vlastně nazvat? Předměty, zboží, věci? Žádné pojmenování není to pravé pro to, co svádí k hravosti a radosti a líbí se na první pohled. Sortiment, který nabízejí prodejny nesoucí českou značku SCANquilt, je zkrátka ten, který my, ženy, nejen že potřebujeme k vlastní seberealizaci v domácnosti, ale přímo vyhledáváme. Programově se dokážeme těšit z toho, co je prostě pěkné, plné fantazie, co nám voní a co nás provokuje k tomu, abychom tvořily, hrály si s barvami i vzory, experimentovaly, aby nás to naplňovalo ve zdánlivě běžném denním stereotypu.

Ing. Ivana Šachová

Ivana Šachová je ženou, která by o sobě nikdy asi neřekla, že je neobyčejná, nepředstavitelně pilná a kreativní. Ženou s charizma, ženou s úsměvem, kterým si dokáže podmanit všechny vnímavé. Málokdo má takový zvláštní úsměv. Je otiskem neuvěřitelné životní síly a víry v dobrou myšlenku, i když poznamenaný vnitřním smutkem, o kterém se těžko mluví. Slzičky osudu dokáží převrátit život naruby. V Ivaně Šachové ale také podnítily vášeň navázat energicky na to, co mělo již své dobré základy. Do podnikání dala celé své já a na výsledcích firmy Silex spol. s r.o. se to projevilo. Úsilí, odvaha i odhodlání dostaly za rok 2010 nejlepší známku v soutěži Ocenění českých podnikatelek.

Značku, kterou jste se svým týmem přivedla na svět, mnohé ženy velmi dobře znají. Kdy jste ji vlastně poprvé představili a jak?

Historie je trošku jiná. Před dvaceti lety můj manžel založil firmu, která se zabývala vývozem textilní metráže. Dodávali jsme i jednomu z největších výrobců prošívaných přikrývek v Norsku. A tam se záhy zrodila myšlenka vyrábět obdobné přikrývky i v tehdejším Československu. Na trhu zde totiž žádné přikrývky plněné dutým vláknem nebyly a vzhledem k objemnosti výrobku by bývalo bylo složité je sem z ciziny dovážet. Dopravní náklady by byly vysoké. Kdo by ale odolal lehoučkým a hřejivým dekám, které navíc byly vhodné i pro rostoucí počet alergiků u nás! Manžel tedy spojil své obchodní zkušenosti s výrobními znalostmi svého přítele ze Slovenska a velmi brzy uskutečnili svůj plán produkce přikrývek a polštářů u nás. Mělo to své složité začátky – podnikalo se samozřejmě ve velmi obtížných výrobních podmínkách. A protože nápad přišel ze Skandinávie, zrodila se i nová značka SCANquilt. ▶

Když poprvé zkoušel nabízet tyto výrobky do běžné sítě PRIOR či do prodejen bytového textilu, někteří se na to dívali s nedůvěrou. Jiní chtěli vyzkoušet něco nového, a to nám velmi pomohlo, protože si toto zboží získalo rychle velkou oblibu. V té době jsem se zabývala stále ještě vývozem tkanin, koordinovala výrobu polštářů a přikrývek, později i ložního prádla. Situace se však rázem změnila ze dne na den. Před více jak sedmi lety manžel náhle zemřel a mně se celý život obrátil vzhůru nohama. Kromě práce, která mě velmi bavila, mi po rozhodnutí pokračovat v řízení firmy přibyla i spousta formálních povinností. A vzhledem k tomu, že se mi dodnes nepodařilo celou operativní agendu předat kolegům, je to pro mě časově stále náročné. Podstatné však je, že se firma rozvíjí a dává zákazníkům nejen výběr kvalitního zboží, ale také přidanou hodnotu v poradenství, vlídné prostředí k nakupování, jistý komfort, který si zákazník zcela jistě zaslouží.

Český trh měl v sortimentu „co do postele“, zejména v ložním povlečení, vždy co nabídnout. Přibyla k tomu konkurence kvalitních i velmi špatných výrobků, domácí i asijská produkce. Přesto si vedete velice dobře. Není to zázrak?
Velmi nás těší, že i v současné době jsme schopni si udržet stálou klientelu a získávat nové zákazníky, kteří nás teprve objevují. Kromě kvality, kterou považujeme již za samozřejmost, se snažíme přinášet novinky v atraktivních materiálech. Hlavně jsou to vzory a barvy na povlečení, které k nám lákají stále více zákazníků.
Výběr textilu pro náš domov by se neměl uspěchat, je vždycky lepší se poradit s prodejním personálem, zda představa skutečně odpovídá tomu, co potřebujeme. Můžete si vhodně zkombinovat barevnosti, vzory a jednotlivé materiály, a hlavně si na ně sáhnout a ujistit se, zda jsou na omak příjemné. Někdo ale preferuje zejména snadnou údržbu, proto hledá nežehlivé materiály. Požadavky jsou různé a my se snažíme vyhovět.
Zaměřili jsme se na budování vlastní maloobchodní sítě, kdy nyní po dvaceti letech máme 30 značkových prodejen na území celé republiky, z toho 10 v Praze. Na trhu jsme ojedinělí šíří nabídky povlečení, máme více jak 300 vzorů a barev, šíří nabídky modelů přikrývek, polštářů, prostěradel, ručníků ale i kuchyňského programu. Těší nás, že vzory, které vybíráme, a barvy, které určujeme podle světových trendů, si rychle nacházejí své zákazníky. Samozřejmě bychom si přáli, aby si i český zákazník navykl nakupovat textil do bytu častěji a v žebříčku svých priorit ho posouval stále výš.

Samozřejmě doporučujeme, že by se i přikrývky a polštáře měly po pěti letech obměnit, i když jsou stále funkční.

Kdo kupuje vaše zboží zejména? A oč je ze sortimentu největší zájem?
S ohledem na sortiment bytového textilu jsou naše zákaznická většina ženy ve věku 40–60 let, ale šíří nabídky a trendovými vzory oslovujeme i skupiny mladší kolem 30–40 let, a to jsou již i muži, kteří mají vyhraněný styl. Z logické úvahy – častěji prodáváme povlečení a prostěradla, rostoucí zájem je o zdravotní polštáře, podložky a nepropustné chrániče matrací, dětské povlečení. Samozřejmě doporučujeme, že by se i přikrývky a polštáře měly po pěti letech obměnit, i když jsou stále funkční.

Prosadit českou značku, která nemá český název – nebylo to příliš obtížné? Zpravidla to stojí také hodně peněz…
Uvedení každé značky na trh je obtížné a my jsme začínali velmi pozvolna. Teprve před deseti lety, kdy jsme se rozhodli budovat vlastní maloobchodní síť, jsme si troufli na větší propagaci značky SCANquilt. Přáli jsme si zákazníky posílat tam, kde bude hezké prostředí, vyškolený personál a celá šíře naší nabídky. A po těch dvaceti letech se ukazuje, že nejlepší reklamou pro nás jsou právě tito spokojení zákazníci, kteří díky svým dobrým zkušenostem doporučují své rodině a známým naše výrobky. Snažíme se proto jim stále více a více vycházet vstříc, plnit jejich přání a potřeby. Jejich přízně si velmi vážíme a chceme, aby to o nás věděli. Je to totiž ocenění naší práce, kterou skutečně děláme se zájmem a chutí.

Proč jste se rozhodla podnikat? Byla to touha po dobrodružství, po tom něco si vyzkoušet? Dělat si věci po svém? Bylo to před dvaceti lety, a to o businessu u nás věděl málokdo…
Já rozhodně nejsem dobrodruh v podnikání ani v osobním životě. Sama bych asi nikdy neměla odvahu začít, ale jak jsem se již zmínila, osud mi zkřížil životní plány a já se musela rozhodnout, zda novou realitu přijmu. Nikdy nezapomenu na podporu svých kolegů a obchodních partnerů, kteří mi po smrti manžela dávali různým způsobem najevo svoji důvěru, kterou se dosud snažím nezklamat. Nastoupila jsem do rozjetého vlaku, to je určitě vždy snadnější, ale vzhledem k mnoha

Máme radost, že právě tvorba obsáhlého katalogu povlečení nám odstartovala nebývalý zájem o naše ložní povlečení, protože dává lepší představu, jak se nám může změnit ložnice.

okolnostem jak v textilním průmyslu, tak v prostředí odbytu jsem musela dělat mnohá rozhodnutí, měnit výhybky, připojovat či rušit vagony, doplňovat posádku, přidávat či ubírat na rychlosti. Ale důležité je, že stále jedeme, dlouho nestavíme a ještě jsme nevykolejili. Je to práce velmi vzrušující, přinášející uspokojení, radost, i když ale nejvíce ze všeho je starostí. Přesto svého rozhodnutí řídit firmu jsem nikdy nelitovala, protože mi dává možnost uskutečňovat spolu se svými kolegy vlastní představy. Člověk by měl být vždy připraven přijímat výzvy, které mu život připraví, a dívat se vpřed. Být reálný optimista...

Za rok 2010 jste se stala vítězkou v soutěži Ocenění českých podnikatelek. Několikrát jste na to téma hovořila, vždy pokorně, skromně, s úctou k ostatním, kteří něco dokázali. Co je na podnikání nejtěžší?
Děkuji za krásná slova! Máte pravdu, že loňské ocenění v soutěži OCP bylo velkou radostí i odměnou celému týmu. Nejvíce mě potěšilo, že si nás, relativně malé firmy, někdo všiml a naznačil, že to možná děláme dobře. Letošní ocenění TOP CZECH QUALITY 1. stupně bylo také velkou vzpruhou. Samozřejmě se mi ale otevřely další dveře, za nimiž se objevilo, co všechno nás ještě za velký kus práce čeká. Avšak neděsí nás to. Pod slovem podnikat vnímám skutečnost, že je stále co dělat, že člověk nestojí na místě, přináší nápady, přijímá rozhodnutí. Samozřejmě někdy mohou některá rozhodnutí být i chybná, ale bez rozhodnutí není dalšího vývoje. Nejtěžší je však tato neukvapená rozhodnutí činit, a zejména přijímat za svá rozhodnutí odpovědnost v plné míře. Pokud se ale podaří tak jako nám obklopit se obchodními partnery, kde je zájem na dlouhodobé a oboustranně výhodné spolupráci, důvěře, vzájemném respektu, ale i té pokoře, pak se opravdu můžete soustředit na řešení třeba jen provozních záležitostí. A jsem ráda, že mohu říci, že se nám daří držet výborný a výkonný pracovní tým, na který je spolehnutí. Navzájem se snažíme vytvářet příjemnou atmosféru i ve vysokém pracovním nasazení. Aniž někdy tušíme, je to asi pro nás to nejdůležitější.

Majitelé firem se shodují v tom, že nejnáročnější je práce s lidmi. Vaše společnost vystavěla veké množství prodejen po celé republice – je obtížné sehnat osazenstvo, vedoucí?
S tím mohu jen souhlasit. Pracovní atmosféra a lidský, ale i profesionální přístup k zákazníkovi je to, na čem je závislé úsilí celého našeho obchodního týmu. Z tohoto pohledu se snažíme náš prodejní personál pravidelně školit. Více jak 100 zaměstnanců naší firmy tvoří prodejní

personál a vzhledem k uspořádání pracovní doby je nemožné, abychom se v jednu chvíli všichni sešli. Kontakt s prodejnami zajišťují manažeři prodejen a ti jsou rovněž zodpovědni za personální obsazení a jeho úroveň.
S rozvojem mnoha obchodních center byla poptávka pro profesi prodavačka velká, takže v některých regionech trvalo déle, než jsme vhodného zaměstnance získali, ale obecně s tím problém nemáme. Složitější je to, že na tuto profesi se hlásí nevyučené prodavačky, protože se může zdát, že to je snadná práce, kterou dokáže každý. Ale zkuste si 12 hodin denně stát, usmívat se, být vlídná, poskytnout veškeré odborné informace o výrobcích, mít cit pro to, co kterému zákazníkovi nabídnout, umět ovládat pokladní systém, často obsloužit i cizince ...skutečně to není snadné. Všechny mají můj upřímný dík i obdiv. Ty nezkušenější a nejschopnější se stávají vedoucími prodejny.

Byli bychom rádi, kdyby náš zákazník odcházel s pocitem, že si nákupem u nás udělal radost, zpříjemnil svůj domov a že jsme přispěli k tomu, že se dobře vyspal a probudil do nového dne.

Co patří k vaší firemní kultuře? Podle čeho pozná zákazník, že je právě „u vás“?
Myslím, že na to by měl odpovědět náš zákazník, já bych si přála, aby řekl, že to je příjemné a kulturní prostředí pro výběr zboží, ochotný personál, ale hlavně nápadité vzory, barvy a nové materiály, které jsme pro něj vybrali. Tak, jak jsem o tom již hovořila. Šíře nabídky nám umožňuje přinášet jednosezonní výrazné vzory, máme ale i klasické prodejní hity, které jsou v kolekci již několik let a jejich prodej se drží na stejné úrovni. Nabízíme pro všechny věkové kategorie v různých cenových relacích, různé rozměry, a hlavně kvalitní zboží. Byli bychom rádi, kdyby náš zákazník odcházel s pocitem, že si nákupem u nás udělal radost, zpříjemnil svůj domov a že jsme přispěli k tomu, že se dobře vyspal a probudil do nového dne.

Katalog je plný designérských nápadů – máte vlastního výtvarníka, kdo si u vás vymýšlí tu krásu, ve které spíme?
Rukopis každého výtvarníka, i když je uznávaný, má často shodné rysy. I když jsme se zpočátku zaměřili na skandinávský design a ještě dodnes máme v kolekcích vzory od finské návrhářky Stiiny Toivio či švédské návrhářky Teiji Bruhn, vybíráme si nyní již z kolekcí předních výrobců potištěných tkanin a uzavíráme dohody o exkluzivitě vzorů pro český a slovenský trh pro naši značku SCANquilt. Chceme oslovit širší spektrum zákazníků, ale stále při zachování jisté jednoduchosti a nápaditosti vzorů. Kde však velmi výrazným způsobem zasahujeme s kolegyní do tvorby kolekce, to jsou barevné variace, které mohou úplně změnit charakter dezénu. Zejména tímto způsobem tedy dáváme pečeť na prodejní kolekci... Máme radost, že právě tvorba obsáhlého katalogu povlečení nám odstartovala nebývalý zájem o naše ložní povlečení, protože dává lepší představu, jak se nám může změnit ložnice.

Do sortimentu jste zařadili i kapesníky. Nešizené, bavlněné, takové, jaké má český spotřebitel rád. Kapesníky bývaly také častým dárkem, a nejen pod vánočním stromečkem, sloužily i jako firemní propagační předmět. S kapesníky se také hrávalo divadlo dětem… Máte s nimi nějaké marketingové úmysly? Neprozrazujte!!!
Kapesníky jsou právě výrobkem, o který si častými dotazy řekli naši zákazníci. Podařilo se nám navázat spolupráci s českým dodavatelem, vymyslet hezký dárkový obal a najít vhodné místo na prodejně, aby je nikdo nepřehlédl. I když nyní žijeme v době spěchu, milovníků papírových kapesníků, přesto nás těší, že se klasické bavlněné kapesníky krásných vzorů a barev staly již nyní naším běžným sortimentem na značkových prodejnách SCANquilt. A víc tedy nevyzradím…

ptala se Eva Brixi
foto Kamil Varcoller

www.katkaprojaponsko.cz

O charitativní dražbě

„Katka pro Japonsko“

Od 17. do 30. června jste si mohli na www.katkaprojaponsko.cz kupovat fotografie zajímavých osobností z našeho uměleckého a společenského života. Finále a slavnostní večer ve formě dražby se uskutečnil 30. června v pražském hotelu Mandarin Oriental. Výtěžek z prodeje půjde na pomoc postiženému Japonsku.

Kateřina Pospíšilová a Milan Deutsch (Pokorný)

Autorem projektu je modelka, moderátorka a vicemiss ČR Kateřina Pospíšilová, která je symbolem pojmu „inteligentní krása“. Rozhodla se spojit své síly s Milanem Deutschem (Pokorným) v roli fotografa a vybídnout ostatní celebrity, aby nafocením svých portrétů pomohly zemětřesením postiženému Japonsku. Mezi dalšími celebritami, které se ke Kateřině připojily, jsou například primabalerina Barbora Kohoutková, moderátorka, šansoniérka a herečka Ester Kočičková, režisérka a herečka Tereza Herz Pokorná, scenáristka a obchodní ředitelka UPP Monika Pavlíčková, bývalá modelka, poradkyně PR a filmová koproducentka Silvie Marhoulová a další. Katka s Milanem nespolupracují poprvé. Katka byla například tváří jedné z Milanových výstav portrétů celebrit ONA-ON v pražské Jindřišské věži. Milan Deutsch má za sebou několik úspěšných výstav, např. ONA ON portréty osobností v Jindřišské věži, Miss Venezuela v OD Kotva, Malajsie v Jindřišské věži a další výstavy v Litoměřicích, Brně a Jablonci nad Nisou. V roce 2006 vystavil sérii uměleckých fotografií Nebe nad. S Kateřinou Pospíšilovou je i následující rozhovor:

Jste autorkou projektu Katka pro Japonsko. Proč zrovna Japonsko?
K uspořádání této akce jsme se rozhodli s organizátorem Milanem Deutschem (Pokorným) spontánně. Že právě pro podporu Japonska, byla kombinace více důvodů. Když jsem přijela v březnu na chvíli do Prahy, sešli jsme se s Milanem, abychom projednali další ročník občanského sdružení e-moc-e, které již od roku 2006 podporuje nekomerční umělce. Během diskuze jsem se mimochodem zmínila o své nejlepší kamarádce v Singapuru, Japonce Naoko, která katastrofu ve své rodné zemi velmi prožívala, a já pochopitelně s ní. Mrzelo mě, že nemohu nijak pomoci, a tak jsme se s Milanem Deutschem dohodli, že uspořádáme aukční výstavu. Já sama v Asii trávím z pracovních a ještě donedávna studijních důvodů dost času, a kdo mě zná osobně, ví, že to tam mám velmi ráda a že k tamní kultuře mám blízko. Líbí se mi pracovitost a pokora lidí z asijských zemí. Jsme velmi rádi, že jsme pro naši aukci získali podporu japonské ambasády a hotelu Mandarin Oriental.

Rozvíjíte pojem „inteligentní krása“ – co vlastně znamená?
Pojem inteligentní krása, jak si ho definuji já, je zajímat se o dění kolem nás a spolupodílet se na jeho zlepšování. Nicméně se musím přiznat, že tento pojem skutečně nevzešel ode mě.

Jak jste získávala další osobnosti k podpoře takové akce – ne každá celebrita se nechá fotografovat a „vydražit“…
Máte pravdu. Získat osobnosti rozhodně není snadné a já si vážím těch, kteří do projektu s námi šli. Jak mi řekla paní prorektorka z UMPRUM, když jsem si od ní půjčovala malířské stojany na aukci, „lidé si mají pomáhat“...

S Milanem Deutschem (nyní Pokorným) jste před šesti lety, jak jste zmínila, založili jiný projekt, již známý a pojmenovaný e-moc-e, který podporuje nekomerční umělce. Proč jste si vybrali zrovna toto, jak se ukázalo, nepopulární téma?
Máte pravdu, nekomerční umění není „sexy“, ale je to oblast, ke které mám vztah a baví mě. Od malička trávím čas po muzeích, sama jsem vystudovala hereckou konzervatoř, a tudíž jsem si vyzkoušela se umění věnovat – není to snadné. Ačkoliv bych si o sobě netroufla říct, že jsem velký znalec, umění je pro mě duchovní potrava, bez které si život nedokážu představit.

A proč jste vstřícná ke spolupráci právě s Milanem? Jeho postoje a názory bývají občas tak trochu proti proudu. Nebojíte se toho?
V roce 2006 jsme měli oba dva nezávisle na sobě stejný sen – podporovat umění. To nás spojilo a pojí doposud.

Máte za sebou zatím krásnou a úspěšnou kariéru, svůj názor na svět obhajujete a dokumentujete zmíněnými slovíčky inteligentní krása. Nepopudila jste si některé vlivné proti sobě?
Nevím, je to možné, ale jak jsem již zmiňovala, já bych na tento pojem se svojí „inteligencí“ nepřišla:-)…

za odpovědi poděkovala Kateřina Šimková

Je to o filozofii života

Začala mne pobolívat kolena. Zašla jsem k ortopedovi. Dal mi radu: zhubněte třeba o kilo – kolena poznají i polovinu. Měl pravdu. Jak prosté. Když jsem někomu telefonovala v poklusu, otázal se mne, proč mu volám z tělocvičny. Zbystřila jsem – žádná tělocvična, jen dýchání, kterému se hovorově říká slovem, jež začíná na písmenko f. Prostě průšvih. A tak jsem na zahradě zasela rukolu, červenou řepu, vysadila o několik keříků rajčat více. Přibylo rybízu, malin, ostružin. A doma košíků na houby – les se stal mým velkým kamarádem. Rotoped už stojí proti televizoru. O Vánocích prý dostanu nové kolo a novou sadu zahradnického náčiní.

Myslím, že téma zdravého životního stylu nabývá na váze stejně jako lidstvo na hmotnosti. Bludný kruh je třeba otevřít – rozkoš ze světa v počítači a z naplněného žaludku nás ke štěstí rozhodně nepřivedou. Nejen o tom jsem hovořila s Ing. Jaromírem Gajdáčkem, Ph.D., MBA, generálním ředitelem Zdravotní pojišťovny ministerstva vnitra ČR a prezidentem Svazu zdravotních pojišťoven ČR

Je těžké ctít zdravý životní styl?
Je to o filozofii života, o tom, zda člověk přemýšlí v souvislostech i čase budoucím, jestli má chuť a sílu něco zlepšit. Je to o vůli i disciplíně, nebo o tom, zda má například vlastní zkušenost s kouřením. Já jsem byl také kuřák, ale když jsem v jistý okamžik uvážil, co všechno kouření zapříčiňuje a že přináší člověku jen to špatné, vybudoval jsem si k tomu vlastní odpor. A naprogramoval se k dalším úvahám o všem, co se zdravým životním stylem souvisí. Zdravotní styl, tedy ten správný, je také o pohybu. Na první pohled to jsou banality – nejezdit tolik výtahem, ale zdolávat schody pěšky, kousek cesty jít namísto jet do práce, podvečerní procházka, stačí i těch 500 metrů, nemusí to být vrcholový výkon. Sám bydlím za Prahou, a přesto, že moc času nemám, procházku po zahradě si nenechám ujít. V tomto případě to není jen o pohybu, ale duševním uvolnění, radosti z prostředí, nabírání energie z toho, co mne těší.

Napovídáte mi – ve vaší pojišťovně jste šel příkladem, když jste startovali akce, jako je Karta života a Zdraví jako vášeň…
Považoval jsem to vůči ostatním za férové. Ředitelská pozice je rovněž o tom, že umím vyjít vstříc věcem, které prosazuji. Aby přišly výsledky, musel jsem v praxi sám něco změnit. A šlo to. Vyzkoušel jsem si řadu disciplín, včetně rotopedu. Jsem přesvědčen, že pozitivní příklady mají v životě své místo. Nakonec nás až překvapilo, kolik lidí se například do projektu Zdraví jako vášeň

Bydlím za Prahou, a přesto, že moc času nemám, procházku po zahradě si nenechám ujít. V tomto případě to není jen o pohybu, ale o duševním uvolnění, radosti z prostředí, nabírání energie z toho, co mne těší.

zapojilo, kolik občanů tipuje v soutěžích, začíná sportovat, zkoušet, přemýšlet jinak. S Danou Juráskovou, bývalou ministryní zdravotnictví, jsme se v rámci akcí Zdraví jako vášeň projížděli na kolečkových bruslích, přitáhlo to pozornost v pozitivním slova smyslu, a to byl cíl. Osobně v tom budu pokračovat, přesvědčil jsem se, že to má smysl. Se zaměstnanci pořádáme turistické pochody, kuželky, jízdy na kolech i raftech, jezdíme na koních, prostě stále něco vymýšlíme i přesto, že času je ukrutně málo.

Oba jmenované projekty vaší pojišťovny Karta života a Zdraví jako vášeň jsou dnes již navigátory zdravého životního stylu. Jak pojištěnci i další zájemci reagují?
Karta života je zásadní projekt, jehož produkt, elektronická karta, dokument uložený v databázi pojišťovny, vypovídá o tom, kolik zdraví pojištěnce právě stálo a kolik pojišťovna zaplatila jeho ošetřujícímu lékaři, jaké užívá léky, v jakém stavu je jeho organizmus. Kartu života již používá na 100 000 pojištěnců. Považujeme to za úspěch. Do programu vstoupily i celé rodiny poté, co ostatní zjistili, že to jednomu členovi skutečně funguje, že to k něčemu je. Klasické osobní reference i osvěta z naší strany se osvědčily. Jak postupuje čas, stále více zájemců nám telefonuje, chce vědět princip toho, jak Karta života funguje, co je její výhodou apod. Také jsme na základě tohoto produktu spolu s klienty odhalili nepoctivost některých lékařů. Za velmi přínosné považuji i skutečnost, že informace z Karty života začaly využívat záchranné služby, a to může

Ing. Jaromír Gajdáček, Ph.D., MBA

přispět k záchraně životů při dopravních nehodách, infarktech, prostě všude tam, kde se hraje o čas. Byl bych velice rád, kdyby se nám podařilo navázat komunikaci s řidiči kamionů nebo kdyby ve větší míře pochopili možnosti Karty života například diabetici či jiné skupiny chronicky nemocných pacientů.

Co nového chystáte pro Kartu života?
Například to bude optimalizace léčby diabetu a kardiovaskulárních chorob. Chtěli bychom ještě více upozornit na možnosti prevence. I proto spolupracujeme se Sdružením praktických lékařů, kteří mohou své pacienty nesmírně ovlivnit, působit na ně. Nejde jen o úsporu nákladů ve zdravotnictví, ale především o kvalitu života občanů. A moc bych si přál, aby to veřejnost takto vnímala. Aby lidé pochopili, ▶

že pro své zdraví sami mohou udělat mnohem více, než tuší, a vlastně je to nic nestojí. Navíc, chronicky nemocných přibývá. Třeba se podívejme na obezitu dětí. I tomuto problému se hodláme věnovat. Rodiče dnes na děti nemají čas. Ratolesti pak sedí u počítačů, nehýbou se, k tomu přikusují bagety a popíjejí sladké nápoje. Sedavý způsob života, nezdravá strava, stres – to k ničemu dobrému nevede. Ročně přibývá v České republice 5 % obézních dětí. Rádi bychom tedy pro děti vytvořili program soutěživosti, kde bychom jim chtěli ukázat i jiné hodnoty, než je komunikace s kamarády přes internet. Což v jistém slova smyslu s Kartou života souvisí.

A projekt Zdraví jako vášeň?

Rozrostl se v iniciativu masovou a celorepublikovou a je velmi populární. Jsme nesmírně rádi, že ho stále zastřešuje Pavel Kříž, osobnost, která mu dala tvář serióznosti a nadšení. Absolvovali jsme s ním řadu aktivit, a jak se ukázalo, nebylo to marné úsilí. Například nedávné putování po zoologických zahradách „Zdraví jako vášeň tour“ přineslo zábavu, písničky, ale také trochu osvěty. Například jsme účastníky učili, jak nejlépe poskytnout první pomoc – sám jsem byl překvapen, jak velkou pozornost to vzbudilo. Mohlo by se zdát, že jdeme na věc trochu zjednodušeně, ale opakovaně jsme se přesvědčili, že to funguje. Zapojili jsme také veřejnost do jednoduchého cvičení – skákání přes švihadlo, nástroj, na který se v Čechách skoro zapomnělo. Zpěvačka Markéta Konvičková a známý a populární moderátor Petr Šiška předvedli, že švihadlo by nemělo upadnout v zapomnění, a naše pojišťovna slibuje, že se k němu vrátí. Na 1. října plánujeme velké setkání na velodromu v Brně – soutěžit se navíc bude o dvě osobní auta Suzuki, zúčastní se známé osobnosti, například specialista na výživu a zdravý životní styl Petr Havlíček, vystoupí Jitka Zelenková, skupina Rangers, Legendy se vrací a Těžkej Pokondr. Dále ve spolupráci s Českou televizí připravujeme seriál o zdravém způsobu života a prevenci závažných chorob.

Prevence je tak trochu zprofanované slovo, jeho význam pro praxi nadčasového rozsahu je však stále nedoceněný…

Je to tak, a zdravotní pojišťovny si to velice uvědomují. Prevence je mocná čarodějka nejen v tom smyslu, že dokáže ulevit ekonomice, a nejen ve zdravotnictví ušetřit velké prostředky, ale především proto, že činí život člověka radostnější a plnohodnotnější. Vezměte si jen, co s vámi udělá obyčejná rýma nebo střevní potíže. Ano jedno ani druhé nemuselo přijít, pokud by byl organizmus ve větší kondici. Cukrovka, vysoký krevní tlak, cholesterol – to vše se dá z velké míry ovlivnit lepšími návyky stravování, určitou střídmostí, lehkou disciplínou a pohybem. I v manažerském rytmu života. Po pracovně napjatém dni už doma nesednu k počítači, ale dám si svižnou nebo alespoň krátkou zdravotní procházku, nadechnu se čerstvého vzduchu, pustím na čas z hlavy myšlenky na práci. Nezastírám, že i to jsem se musel naučit. A doporučuji všem, zkuste to, třeba po malých dávkách. Pohyb a čas. To je konfrontace v jednom. Lidé se dělí na dvě skupiny – na tu, která má pohyb v krvi, a když nejde do posilovny, je nešťastná, a na tu, která se domnívá, že předávkování vitaminy ke zdravému životnímu stylu stačí. Naší iniciativou Zdraví jako vášeň bychom rádi docílili určitého průniku mezi oběma skupinami. Ty, kteří nesportují a nebaví je to, a jichž je dnes bohužel většina, bychom rádi přiměli pro začátek třeba jen k procházkám. A byl bych rád, kdyby se k nám přidali právě lidé, kteří mají potíže s časem, jsou v řídicích pozicích, podnikatelé a manažeři. Za čas poznají, kolik energie jim to dává a že toho zvládnou mnohem více v kratší době. Prostě to funguje.

Máme program pro obézní děti, kterým chceme vysvětlovat, co a proč jíst, proč je dobré se hýbat a důsledky, jaké hrozí, když podlehnou konformizmu, který kolem nich je. Málokdo ví, že když má dítě ve 12 letech dvacetiprocentní nadváhu, bude v 25 letech pravděpodobně nemocné.

Manažerské a podnikatelské funkce jsou opravdu spojené s nadměrným vypětím, stresem, únavou, špatným stravováním, nevhodným pitným režimem, nedokonalým odpočinkem… Platí to ve značné míře i pro ženy v roli matky. Jak tedy z toho bludného kruhu ven?

Již jsem to naznačil. Rozhodli jsme se inspirovat ostatní. Chceme oslovovat i nadále co nejširší skupinu občanů, protože se domníváme, že ve stresu nejsou jen lidé ve vedoucích pozicích, ale kdokoli z nás: jeden bojuje s nemocí, druhému se rozpadá manželství, jinému ukradli auto, někdo má nesrovnalosti v zaměstnání – zkrátka těch negativních situací, v nichž se ocitáme, je poměrně hodně a je nutné se naučit je zvládat. Takže nejen manažerky a manažeři či podnikatelky a podnikatelé se mohou, pokud budou chtít, v našich programech najít. To může kdokoli z nás – tedy i maminky na mateřské, zaměstnané mámy a tátové.

Kdo má podle zkušeností vaší pojišťovny vřelejší vztah ke zdravému životnímu stylu – ženy, nebo muži?

Osobně si myslím, že větší vůli mají ženy, jsou i poctivější samy k sobě, vše si dovedou lépe naplánovat. Vřelejší vztah ke zdravému životnímu stylu tedy mají podle mne ony, paradoxně proto, že mají větší „honičku“ než muži, jsou také více odolné, více se o sebe starají, a dokáží v rodině hodně věcí ovlivnit. Vedou děti k prevenci, snaží se popohnat i manžela, většinou je v jejich režii jídelníček. Stravovací návyky, volnočasové aktivity – to vše je zpravidla dílem žen, což plyne z tradice i zvyklostí. Ženy jsou také emocionálněji založené, takže vztah k tomu, co je zaujme, sílí.

Co nového chystáte pro své pojištěnce?

Opět zamíříme k prevenci. Spolupracujeme s praktickými lékaři a gynekology. Hledáme cestu, jak motivovat k preventivním prohlídkám. Chystáme programy pro mladé maminky s dětmi. Rádi bychom jejich prostřednictvím vychovávali mladou generaci k tomu, aby o své zdraví jako o jedinečnou skutečnou životní hodnotu pečovali více sami. Je to stále totéž, i když vynalézavějšími metodami – nekouřit, hýbat se, zdravě jíst a pít, překonávat stres. To je cesta ke štěstí, na jejímž začátku můžeme stát, ale člověk ji musí pak najít sám v sobě. Pro chronicky nemocné děti s alergiemi, astmatem či dušností organizujeme různé typy ozdravných pobytů u moře a ve Vysokých Tatrách na Štrbském plese. Připravili jsme soustředění i pro děti z neúplných rodin – měla by to být svým způsobem i psychologická pomoc. Máme program pro obézní děti, kterým chceme vysvětlovat, co a proč jíst, proč je dobré se hýbat a důsledky, jaké hrozí, když podlehnou konformizmu, který kolem nich je. Málokdo ví, že když má dítě ve 12 letech dvacetiprocentní nadváhu, bude v 25 letech pravděpodobně nemocné.

Jak na půdě Svazu zdravotních pojišťoven chápete význam zdravého životního stylu?

Především využíváme společného efektu z toho, že každá z pojišťoven má prevenci závažných chorob ve svém programu. Každá k tomu přistupuje jinak, ale všechny mají společný cíl – aby se lidé o své zdraví starali, nepodceňovali jednoduché metody, jimiž si mohou zdraví vylepšit, prodloužit život. Všechny pojišťovny rády podpořily celostátní kampaň proti rakovině tlustého střeva, děložnímu čípku i prsu. Zájem o očkování proti karcinomu děložního čípku stoupá – i to je důkaz vhodně zvolené strategie pojišťoven. Rozmanitými kampaněmi se také snažíme naznačit, že kouření je cesta do pekel, že pouhé spoléhání na medikamenty je horší než vlastní vůle pro sebe něco udělat přirozeným způsobem.

za rozhovor poděkovala Eva Brixi

Ženy v Modrém koridoru

Modrý koridor – propagační sedmidenní šafeta CNG vozidel zastupujících řadu nejvýznamnějších evropských plynárenských společností se ve dnech 3. až 9. června vydala po trase Praha – Lipsko – Berlín – Wolfsburg – Greifswald, aby v cíli jednotlivých etap propagovala širší využívání zemního plynu v dopravě. A protože ani v plynárenském oboru se nic nemůže konat bez zástupkyň něžného pohlaví, zaznamenali jsme je i na této prospěšné akci konané v rámci pražského zasedání Evropské obchodní konference (EBC).

Ranní instruktáž před odjezdem

V michelském areálu Pražské plynárenské a.s. kolona doplnila nádrže plynem a vyrazila na cestu do Lipska

Čerpací stanice Aral ve městě Grimma nedaleko Lipska byla místem setkání se zástupci společnosti E.ON Ruhrgas AG

Malá porada v průběhu tankování na plničce Aral ve Wolfsburgu

Členka osádky CNG vozu Běloruského Gazpromu s ostatními kolegy z Modrého koridoru při ranní instruktáži v hotelu před odjezdem z Lipska

Osádka Kamazu při fotografování s kolegy z Běloruského Gazpromu

Slavnostní setkání na stavbě vyústění plynovodu Nord Stream v cíli štafety v Greifswaldu

Opuštění obrovitého plynového potrubí na Nord Streamu připomínalo výstup z tunelu

text a foto Jiří Novotný

Karta MAKRO Partner

Od 10. června 2011 používají zákazníci společnosti MAKRO Cash & Carry, kteří byli dosud zahrnuti do systému kredit managementu (tedy platbu na faktury), nové platební karty MAKRO Partner. Ty v porovnání s identifikační kartou, kterou musí mít každý zákazník, nabízejí řadu praktických výhod. S novou platební kartou budou nákupy výrazně výhodnější, bezpečnější a pohodlnější. Díky vysokému úvěrovému rámci mohou významní zákazníci nakupovat více a využít bezúročného období pro vylepšení svého cash flow. Karta MAKRO Partner je určena především pro držitele zlatých a stříbrných zákaznických karet. Karta MAKRO Partner zachovává funkce stávající identifikační karty a zároveň nabízí navíc funkce karty platební. Bezúročné období je 2 týdny. Platební karta MAKRO Partner má vedle výhodného financování i další přednosti. Je flexibilní – k jednomu účtu lze používat více karet a zákazníci je mohou předat svým zaměstnancům. Proti zneužití je chráněna PINem. V budoucnu bude možné platit kartou MAKRO Partner i na čerpacích stanicích MAKRO a zároveň bude možné použít prostředky z odevzdaných stravenek k úhradě faktur. MAKRO plánuje do konce roku 2011 vydat karty pro 5000 zákazníků. Vydání karty a její správa jsou zdarma.

(tz)

Soutěž

Nová kolekce harmonicky sladěného počítačového příslušenství Logitech Colour Collection, kterou společnost Logitech nedávno představila, přináší jasné, svěží barvy a vrstvený design, které nabízí uživateli spojit „digitální život“ s osobním stylem. Kolekce umožňuje vyjádřit s pomocí oblíbeného počítačového příslušenství osobnost uživatele a inspirací při jejím vzniku bylo pronikání budoucnosti a důvěrně známých tradičních prvků. Digitální vrstvy, tvary tvořené pomocí šablon a ručně malované prvky představují jedinečné, působivé vzory, které lze vnímat i hmatem a zanechávají dynamický a silný dojem. A díky různé úpravě myší i webových kamer tato nová kolekce z produkce Logitech dává příležitost vytvářet jedinečné sestavy. Cena produktů, které se na evropský trh dostanou někdy koncem léta, se budou pohybovat od 500 do 750 Kč. Více na www.logitech.com.

Soutěžní otázka:

Jak se nazývá nová designová kolekce PC příslušenství od Logitech?

Ze správných odpovědí vylosujeme dva výherce, kteří obdrží barevnou bezdrátovou myš pro PC či notebook z nové kolekce společnosti Logitech.

Odpovědi zasílejte na e-mail: brixi@iprosperita.cz nebo na poštovní adresu: RIX, Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9, a nezapomeňte uvést svoji poštovní adresu nebo telefonní číslo.

Jak efektivně využít čas

Co se týče pracovních povinností, snažím se řešit úkoly hned a neodkládat je, aby se, jak se říká, nenakupily a měla jsem čistý stůl. Přestože aktivitám v zaměstnání věnuji většinu času, nějaké to volno také vyšetřím. V něm se pak snažím relaxovat, odpočinout si od práce a načerpat nové síly. V současné době přestavujeme rodinný dům, a proto věnuji volný čas těmto záležitostem,

Petra Bejvlová, manažerka, Masokombinát Plzeň s. r. o.

což je oproti činnosti v kanceláři pro mě také určitý druh relaxace. Velkou část svého volného času věnuji také zahradě, která je mým velkým koníčkem. Myslím, že pokud člověk dokáže rozdělit svůj den na úseky, které věnuje pracovním povinnostem a odpočinku nebo soukromým záležitostem tak, že za sebou vidí výsledky, pak může být určitě spokojený. A o to se snažím.

Muzeum pro deštivé dny

Začátek prázdnin nebyl o koupání a sluníčku. Dešťové dny přesto mohou mít svůj program jak pro Pražany, tak pro návštěvníky metropole, například v Muzeu hlavního města Prahy, kde je možné nyní zhlédnout výstavu Metropolis. Tvoří ji díla Jiřího Sozanského. Praha se stala inspirativním zdrojem pro řadu umělců, avšak pojmout výzvu seriózně a nabídnout nový neotřelý pohled, to může pouze umělec, který má za sebou významnou dosavadní tvorbu. Jiří Sozanský prožil v Praze celý život. V projektu Metropolis proto sleduje lokality, které s moderní historií souvisejí. Jiří Sozanský představuje na výstavě Metropolis umělecká díla ze dvou tvůrčích období. Z let 1964 až 1975 pocházejí menší oleje Prahy, cyklus grafik s religiózními náměty a bronzová plastika Ukřižování. Jádrem výstavy je současná tvorba z let 2010 až 2011. Je zastoupena cyklem velkoformátových olejomaleb zachycujících historické části Prahy: Staroměstské náměstí, Karlův most a katedrálu sv. Víta; dvě bronzové plastiky: katedrálu sv. Víta a Poutníka a kresby z cyklu Martyria. (tz)

Horoskopy

Co nám připravily planety

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.

Znamení lva
23. 7. – 22. 8.
Novoluní 30. 7. 2011 vrcholí 20,42 hod

Slunce je v postavení lva, pod vlivem planety Slunce (životní síla). Tento měsíc probuďte sebedůvěru, růst a úspěch ve vašem životě. Věřte si. Dodejte svému tělu příval pozitivní energie. Pracujte na té oblasti, ve které nejste zcela spokojeni. Ukažte svému podvědomí, jak si přejete, aby vypadal váš život. Úspěch a hojnost. Srpen přinese dozrávání plodů a jejich sklizeň. Co jsme zasadili, tak sklidíme. Je to měsíc plný inspirace, romantických zážitků a poznání. Věnujte se svým koníčkům a zálibám. Ty vám přinesou naplnění. Do popředí se začnou dostávat otázky smyslu života a jeho naplnění. Dostanete inspiraci pro další práci, pokud budete naslouchat svému podvědomí. Přeneste jej do své činnosti. Díky tomu vás začne práce naplňovat. Pozornost věnujte také domovu, rodině a dětem. Přejte a bude vám přáno!

vaše Daniela

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

fejeton

Stávka podnikatelů

Když jsem se zamýšlel nad stávkou, již zorganizovaly odborové centrály, dospěl jsem k přesvědčení, že vážné výhrady vůči vládě, poslancům a senátorům, krajským a místním samosprávám mohou mít rovněž podnikatelé a živnostníci. Zároveň disponují dostatečně účinnými prostředky, aby lidem ukázali, že je mají v hrsti.
Proč mají zaměstnavatelé ze soukromých firem stávkovat? Odpověď je prostá. V České republice nenajdete skupinu občanů, která by státu tolik odevzdávala a tak málo za to dostávala nazpět. S vysokými odvody se sice podnikatelé jakž takž smířili, s nedostatečným, anebo dokonce kontraproduktivním servisem veřejných institucí nikoli. Zdá se, že situace se nijak nemění, přestože neuplyne rok, aby se neuskutečnila četná jednání na nejvyšší úrovni (v tripartitě), kde se hovoří o nutnosti změn ve fungování státní správy. Výsledky, pokud vůbec jsou nějaké, vůbec neodpovídají vynaloženému úsilí jednajících reprezentací. Zřejmě by bylo nošením dříví do lesa znovu vypočítávat nejpodstatnější požadavky podnikatelské sféry. Jsou totiž notoricky známy. Omezení byrokratických překážek k podnikání, fungující právní systém, boj proti korupčnímu prostředí... Stát, který by měl být příkladným plátcem v obchodním styku, nevyrovnává své závazky vůči dodavatelům včas, zneužívá svého výsadního postavení, navíc nekompromisně trestá každé selhání druhé strany. Plýtvá veřejnými prostředky, hájí zájmy nátlakových skupin, chová se jako špatný hospodář, který žije podle hesla „po mně potopa“. Jistě by se našly stovky dalších důvodů, proč vyhlásit představitelům establishmentu občanskou neposlušnost. A koordinátoři generální stávky podnikatelů by se taky našli, vždyť hospodářské komory, průmyslové svazy, profesní sdružení pracují dobře a dokáží se domluvit. Mám-li však dobré informace, ještě nikdy se nestalo, že by zaměstnavatelé přestali s představiteli moci vyjednávat, použili výhružek nebo rovnou přistoupili k organizování nepokojů a přípravě stávek. A přitom by mohli zdůvodnit takové počínání stejně pádnými argumenty a použít stejné nástroje jako odboráři. Kdyby se zastavila výroba a přestaly fungovat veškeré služby, pocítila by to veřejnost okamžitě. Život v zemi by se náhle zastavil. Nepochybuji, že by se hněv lidu neobrátil ani tak k vlastníkům a manažerům soukromých společností, jako spíše k politikům a úředníkům veřejné správy, zvláště když by akci doprovázela správná propagandistická a mediální kampaň. A přece ke stávce podnikatelů nikdy nedojde. Lidé v businessu myslí a jednají jinak – konstruktivně. Ti, kteří šli s vlastní kůží na volný trh, si uvědomují, že bouchání pěstí do stolu není nejpádnější argument, násilí a vydírání nikdy nebudou nejvhodnějším prostředkem k prosazení vlastních názorů, blokády a pasivní rezistence nic neřeší. Chce-li se člověk něčeho domoci, musí nejprve sám vše investovat. Pořádnou kuráž, prostředky vlastní i celé rodiny, nespočitatelné množství energie, nápady a tvůrčí schopnosti. Stále platí české přísloví, že bez práce nejsou koláče. Není to pro každého schůdná a vůbec ne pohodlná cesta, ale pro rozvoj společnosti jiné není. Nezvolí si ji každý, proto u nás nežije deset milionů podnikatelů. Právě tak se však země neobejde ani bez fortelných a spolehlivých zaměstnanců. Možná to zní banálně, ale blahobyt nelze vystávkovat. Jediná možnost, jak se ho spíš později než dříve domoci, je odpracovat si ho. Bohatství vzniká činorodým, poctivým a dlouhodobým úsilím. Podnikatelé tohle dobře vědí, a proto nikdy nebudou troubit do stávky. I když mohou mít oprávněný pocit, že stát na nich dříví štípá.

Pavel Kačer

O biometrii je zájem ve službách

Docházkové systémy na otisky prstů využívají nejvíce firmy podnikající v oblasti služeb. Ze všech zájemců o biometrii tvoří 44 % právě tento sektor, a to především velkoobchod, maloobchod a zdravotnická zařízení.

Ukázaly to prodejní statistiky za 1. pololetí 2011 společnosti IReSoft, výrobce komplexních informačních řešení. Naopak nejnižší poptávku po biometrii projevují podniky zabývající se IT technologiemi.
Kontrola docházky zaměstnanců je v tuzemských firmách realizována stále častěji prostřednictvím systémů na otisky prstů. Biometrické čtečky volí především podniky ze sektoru služeb, které tvoří téměř polovinu poptávky po tomto zboží. Čtvrtina prodaných biometrických systémů společnosti IReSoft potom směřuje do oblasti strojírenství a 23 % systémů je distribuováno do firem podnikajících v oblasti výroby jako takové.

„V rámci sektoru služeb se o biometrické systémy zajímají hlavně obchodníci, a to jak velkoobchody, tak i maloobchody. Poptávku registrujeme i ze strany zdravotnických zařízení. Tyto oblasti kladou vysoký důraz na rychlost a komfort obsluhy, což biometrie zaručuje," uvedl Jiří Halousek, ředitel společnosti IReSoft, která vyvíjí systémy pro komplexní řešení docházky. „Výhodou biometrie je, že zaměstnanci u sebe nemusí nosit identifikační čipy. Navíc není možná záměna pracovníka," doplnil J. Halousek.
Společnost IReSoft registrovala za první pololetí letošního roku poptávku po biometrických systémech zejména ze strany podniků do 50 zaměstnanců. Menší firmy tak tvořily 68 % ze zákazníků společnosti. Zájem o biometrii dále projevilo pouze 10 % firem do 100 zaměstnanců a 22 % podniků s více než stovkou pracovníků. „Důvodem zvýšené poptávky po čtečkách na otisky prstů mezi menšími firmami je pokles nákladů na tyto systémy. Biometrie je nyní kvalitnější a přitom cenově dostupnější. Proto si ji mohou dovolit i firmy s menším počtem zaměstnanců," vysvětlil J. Halousek ze společnosti IReSoft, jejíž krabicové řešení Alveno Biometrix představuje nejlevnější biometrický systém na českém trhu. (tz)

Pračky super značky

Výsledek je rozhodující – mít prádlo dobře a voňavě vypravé, příliš se o to nestarat a neztrácet čas. Však všechny ženy, které mají podnikatelských a manažerských povinností nad hlavu, vědí, co znamená, když domácnost funguje hladce a bez problémů.

Jedním z dokonalých pomocníků jsou pračky LG, značky, která se na českém trhu velmi výrazně etablovala. Ty, které jsou vybaveny krokovým motorem Direct Drive™, který může bubnem otáčet s naprostou přesností, jsou opravdu jedinečné.
Základem je klasický pohyb s pádem, kdy prádlo plynule přepadává na vodní hladinu. Druhým pohybem je drhnutí, 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 vstřikuje 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.
Na konci pracího cyklu následuje pohyb označený jako volný pád. Ten přijde po odstřeďování, aby prádlo nezůstalo přilepené na bubnu, ale pěkně se načechralo a provzdušnilo. Prádlo se pak nemačká, je rychleji suché a také jeho žehlení je mnohem méně náročné. (red) ¶

Stop chumlání aneb jak i v klimatizaci zůstat šik

Pryč s chumláním do nevzhledných svetrů a vytahaných trik! Konečně už nemusíme rezignovat na to, abychom byly šik i v klimatizovaném prostoru. Zůstaňme stylové i tam, kde klimatizace fičí na plné obrátky, a ještě při tom můžeme vypadat jako módní bohyně!
Často naříkáme na nepříjemnou klimatizaci v autě nebo v místnostech. Pořád si zastrkujeme tílka, která se vyhrnují, halíme se do mikin a stěžujeme si, že nám stejně táhne na záda. „Chlad" a „být šik" nejdou vždy dobře dohromady a neexistuje mnoho kousků oblečení, o kterých můžeme říci, že jsou módní vychytávkou a ochranou proti chladu zároveň. Zahřívač pasu Hippsy, splňující obojí, teď přichází s unikátní novinkou Hippsy Light. Ta byla vytvořena speciálně pro letní období, kdy trávíme hodně času v klimatizovaných prostorech. Hippsy Light se může nosit pod oblečením,

ale především na něm – na košili či na tričku, na kalhotách, sukních nebo šatech, dokonce ho můžete použít jako originální opasek. Takovým stylingem povýšíte každý outfit na zajímavosti a stylovosti.
Je přitom velice příjemný, vyrobený z tenkého vzdušného přírodního materiálu (95% bavlna, 5% lycra), u kterého se nestane, že by po čase měnil tvar nebo barevnost. Letní model Hippsy oceníte nejen v klimatizaci, ale i za chladných letních nocí nebo studených rán, kdy se vracíte z večírku. Doplněk existuje v pěti trendových barvách – kromě klasické černé a bílé můžete sáhnout po malinové, banánové nebo námořnické modré. Novinku pořídíte na www.profitrade.sk za příjemných 305 korun. (tz)

PROFESIONÁLNÍ BEZPEČNOSTNÍ SLUŽBY

- OSOBNÍ STRÁŽCE
- OZBROJENÉ DOPROVODY
- FYZICKÁ OSTRAHA OBJEKTŮ
- FILMOVÁ, FESTIVALOVÁ, HOTELOVÁ OSTRAHA
- POŘADATELSKÁ A POŘÁDKOVÁ SLUŽBA
- PULT CENTRÁLNÍ OCHRANY
- SPECIÁLNÍ SLUŽBY

MAFAS SECURITY SERVICE, s.r.o.

Tel.: +420 257 219 330

www.mafasgroup.cz

DESET DŮVODŮ PROČ BÝT KLIENTEM

Zdravotní pojišťovny ministerstva vnitra České republiky (kód 211)

1 **STABILITA** – ZP MV ČR je největší zaměstnaneckou pojišťovnou v ČR. Zajišťuje dostupnou a kvalitní zdravotní péči pro více než milion klientů. Je ekonomicky stabilní. Svým klientům může bez problémů hradit nejmodernější zdravotní péči.

2 **POKRYTÍ** – na rozdíl od některých regionálních pojišťoven vám naše zdravotní pojišťovna – „dvěstějedenáctka“ – zajistí kompletní zdravotní péči v kterémkoliv kraji. Umožňuje to rozsáhlá síť více než 25 000 smluvních lékařů po celé České republice.

3 **KARTA ŽIVOTA** – nabízíme vám unikátní produkt nazvaný Karta života. Díky ní můžete průběžně sledovat, kolik stojí vaše zdravotní péče, společně se svým praktickým lékařem můžete posunout kvalitu péče o vaše zdraví o kus dál. Karta života může dokonce přispět i k záchraně vašeho života, protože lékaři záchranky mají rychlé informace o vašem zdravotním stavu. Údaje z Karty života vám můžeme poslat i na mobilní telefon.

4 **ZDRAVÍ JAKO VÁŠEŇ** – v projektu Zdraví jako vášeň s Pavlem Křížem na www.ZdraviJakoVasen.cz vám poskytujeme spoustu zajímavých informací, najdete zde rozhovory o zdraví s lékaři i známými umělci a rady o prevenci. Můžete se přihlásit do reality show Změním se, v níž skutečně změníte svoji kondici i stravovací návyky. Díky obchodním partnerům probíhají po celý rok pestré soutěže o zajímavé ceny – notebooky, kola, exotické zájezdy a dokonce nové automobily.

5 **DOSTUPNOST** – „dvěstějedenáctka“ má pracoviště na území celé republiky, má osm hlavních poboček a 78 teritoriálních pracovišť. V důstojném a moderním prostředí vás tam přivítají vstřícní zaměstnanci, připravení vyjít vám ve vašich požadavcích vstříc.

6 **PREVENCE** – máme pro vás zajímavé preventivní programy: program preventivních onkologických vyšetření, program očkování, program zdravé dítě, program pro těhotné a kojící matky. Chronicky nemocným dětem nabízíme léčebně-ozdravné pobyty, máme i program pro dárce krve, krevní plazmy a kostní dřeně. Existují regionální programy a také systém integrované péče – léčebné programy, vedené praktickými lékaři.

7 **OTEVŘENOST** – naše pojišťovna je otevřena všem obyvatelům ČR. Existuje ještě stále názor, že „dvěstějedenáctka“ je pouze pro policisty, hasiče či státní správu. Není tomu tak, jsme tu pro všechny.

8 **INTERNET** – „dvěstějedenáctka“ vám přináší přehledné informace na dvou základních webech www.zpmvcr.cz a www.ZdraviJakoVasen.cz. Již brzy nás také najdete na adrese www.211.cz. Na stránkách najdete množství potřebných, zajímavých a aktuálních informací.

9 **CESTOVNÍ POJIŠTĚNÍ** – naše pojišťovna vám nabízí nesmírně výhodné cestovní a úrazové pojištění.

10 **SLEVY A VÝHODY** – Po celé republice máme řadu obchodních partnerů, kteří vám – klientům 211 – nabízejí nejrůznější slevy a výhody.

zdraví jako vášeň 211

www.zpmvcr.cz

infolinka 844 211 211

ZDRAVOTNÍ POJIŠŤOVNA MINISTERSTVA VNITRA ČR 211