

P R O S P E R I T A

Madam Business®

Hana
Eckert

Naučili se
mě respektovat
str. 1, 10–11

rozhovor měsíce s Hanou Eckert,
jednatelkou společnosti
CLARKSON CZ

Odpoledne v bouře

Eva Brixí

Kapky šlapaly mi po okenní tabuli
Hrály šachy a vítězství nesmyslně smíchaly
Písničku v objetí vytūkaly mi
Do rytmu deště
Hladil jsi mé vrásky potají
Když hromy blesky
Navzájem nám hrdla svíraly
Záclona ve větru vlála
A já se už nechovala jako malá
Bílý závoj muchlal se v šelestu
Tvůj pohled hledal nevěstu
Líbal jsi šepotem
I to
Co roste za plotem

Tesco dokončilo přeměnu 40 obchodů Koruna

Tesco dokončilo přeměnu prodejen Koruna, jež koupilo na konci loňského roku od investiční společnosti Penta. Poslední upravený obchod byl otevřen v novém stylu a s rozšířenými službami v Opavě v srpnu.

Tesco od dubna, kdy začalo síť prodejen provozovat, postupně přeměnilo 36 obchodů Koruna na Tesco Express, ze 4 prodejen se staly supermarkety Tesco. Společnost v tuto chvíli provozuje 67 obchodů Express, 60 supermarketů, 73 hypermarketů a šest obchodních domů. „Zvyšování dostupnosti obchodů je jednou ze součástí dlouhodobé strategie Tesco. Pohodlnější nakupování stejně jako široký sortiment kvalitního zboží za nízké ceny patří mezi hlavní požadavky zákazníků,“ řekl Jan Štěpánek, ředitel formátu obchodů Tesco Express. Při úpravě sortimentu každého obchodu Tesco vycházelo ze znalostí potřeb zákazníků a podle toho upravilo jeho složení. „Ponechali jsme v něm to nejlepší, co zákazníci nejvíce nakupují, a rozšířili jej o nejoblíbenější nabídku v našich Expresích a supermarketech,“ sdělil

J. Štěpánek. Zákazníci se tak mohou těšit například na privátní značky Tesco či potraviny od regionálních dodavatelů. V nových obchodech byly zachovány oblužné pulty s čerstvými potravinami, na něž byli zákazníci doposud zvyklí, nejvíce byla rozšířena nabídka ovoce a zeleniny, pečiva z vlastní pekárny, mléčných výrobků a nepotravinového zboží.

„Lokální drobné výrobce podporujeme dlouhodobě. Podle průzkumů více než 40 % nakupujících požaduje krajové speciality a tradiční výrobky,“ dodává Jan Štěpánek. Zákazníci tak díky tomu v nových Expresích a supermarketech Tesco mohou nakupovat zboží od pekárny Semag, Martina, Rychvaldské pekárny, Pekařství Illík, Penamu, Lašské pekárny, Pekárny a cukrárny Nowina – Sikora Bronislav, Pekárny Velké Karlovice, Pekařství Střelná, Pekárny Topek nebo Pekárny Racek. Poslední jmenovaná pekárna do těchto obchodů dodává vítězný chléb v kategorii řemeslná výroba v soutěži O nejlepší chléb roku 2011, kterou každoročně pořádá Podnikatelský svaz pekařů a cukrářů, a již je Tesco partnerem. (tz)

TESCO

Zdraví roste na poli

Konopí, kladný hrdina se špatnou pověstí, se vrací. Češi znovu objevují rostlinu s do slova zázračnými schopnostmi pro naše zdraví a také s mimořádným hospodářským potenciálem. Nemusí za ní na druhý konec světa a platit zlatem, stačí se navrátit do nepříliš vzdálené minulosti. Hovoříme o technickém konopí, dřív hojně pěstovaném na našich polích. Složením nenasycených mastných kyselin a dalších prospěšných látek se v jídelníčku vyrovná rybímu masu. Vlákno se vyznačuje naprosto unikátními užitnými vlastnostmi, jimiž předstihuje syntetiku. O využití konopí jako ceněné suroviny pro potravinářský, kosmetický, farmaceutický průmysl i další použití jsme si povídali s jednatelem společnosti HEMP PRODUCTION CZ, s.r.o., Václavem Říhou.

Za slovem konopí si skoro každý vybaví nejrozšířenější drogu, a tím si stará známá bylina vysloužila špatnou pověst. Vy však nabízáte konopí v jeho prospěšné podobě. V čem spočívá rozdíl?

Technické konopí neobsahuje psychotropní látku THC. Byly vyšlechtěny odrůdy s minimálním množstvím této látky. Povolená norma v České republice je max. 0,3 % tetrahydrocannabinolu.

Stále rozšiřujete sortiment potravin s konopím. Kde konopí najdeme a proč se navrací do našeho jídelníčku?

Konopné semínko můžeme s klidem zařadit mezi nejhodnotnější potraviny. Je v něm velké množství minerálů, vitaminů, stopových prvků, proteinů. Obsahuje vysoký obsah nenasycených mastných kyselin, omega-3 a omega-6. V naší nabídce najdete konopný olej panenský (lisovaný za studena) a konopné semínko. Semínko máme i loupané zbavené tvrdší slupky. Konopí naleznete v dalších produktech, například v čokoládě, pečivu (chléb Příbramské pekárny Zona), jogurtu (OLMA Olomouc), karamelkách, těstovinách. Nová Paka vyrábí pivo s příchutí konopí, v nabídce máme i konopné víno.

Uvádíte, že se rostlina obejde bez chemické ochrany.

Můžete nabízet produkty i v kvalitě bio? Má to pro spotřebitele nějakou výhodu? Prozatím neuvažujeme



Václav Říha

o tom, že bychom konopí pěstovali v bio kvalitě. Dle našeho názoru to není nutné.

Ženy především zaujme kosmetika v běžné produkci i jako bio, jež tvoří značnou část vaší nabídky. Jaké látky přidává konopí do přípravků pro péči o tělo a pokožku, proč je používat?

V nabídce naší společnosti najdete mýdla s obsahem konopného oleje. Mýdlo hydratuje, regeneruje, má antibakteriální účinky a je šetrné k dětské pokožce. Nabízíme i mýdlo s peelingem. Dalším výrobcům kosmetických přípravků dodáváme konopný olej, který v mastičkách a dalších kosmetických výrobcích najdete. Konopí má analgetické a antibakteriální účinky. Masti mají pak protizánětlivé, hojivé a uvolňující účinky. Můžeme je použít na všechny druhy oděrek, akné, štípnutí hmyzem, opary, ekzémy, bolesti kloubů a šlach.

Běžně se užívá spojení konopný provaz, které odkazuje na využití konopí jako plodiny pro technické účely. Jaké jsou jeho perspektivy v dnešní době syntetických materiálů?

Provazy jsou jedním z mnoha výrobků, které se z konopí vyrábí. Konopí lze brát jako obnovitelný

zdroj a při výrobě se méně zatěžuje životní prostředí. Vlákno z konopí je nejpevnějším vláknem v rostlinné říši a už Kryštof Kolumbus používal lanoví a plachtoví z konopí. Levi Strauss šil z konopného vlákna světoznámé kalhoty jeans, aby dlouho vydržely. Uvěst bych mohl spoustu dalších příkladů, vždyť z konopí se dá zhotovit na 50 000 různých výrobků. Zabýváme se i výrobou konopných laků a napouštěcích olejů, které si na trhu hledají a nacházejí již své místo. Důvodem je vysoká kvalita a trvanlivost oproti jiným lakům.

Jak vznikla firma Hemp Production, o co se snaží a jak se jí daří uspět na trhu?

Rok 1996 byl rokem, kdy se dostala opět na výsluní staronová plodina konopí seté. Ve spolupráci s VÚZT (Výzkumný ústav zemědělské techniky) Praha a Chomutov jsme o této plodině získávali informace a v roce 2001 jsme začali s pěstováním. Pro široké využití v mnoha oblastech se nelze divit, že nás tato rostlina zaujala. Uspěť na trhu bylo v počátcích opravdu velmi těžké. V podvědomí lidí bylo a stále ještě přetrvává konopí jako jakýsi strašák. Naši snahou je veřejnost přesvědčit o jedinečných vlastnostech této rostliny a zařazení semen a oleje do běžného jídelníčku. Naši chloubou je 1. místo za náš panenský, konopný olej. Ocenění jsme získali na mezinárodním festivalu CANNAFEST 2010 v Praze.

za rozhovor poděkoval Pavel Kačer
foto Pavel Kačer



Mladá žena z GINA Software

Příběh možná jako z pohádky: Jeden ze studentů fakulty informatiky VUT Brno dostane zajímavý nápad. Osloví dva kamarády s návrhem dotvořit jej do reálnější podoby a přihlásit do mezinárodní soutěže. Tým dává hlavy dohromady, nový software přihlásí a ten posléze zvítězí.

Naším aktérům příběhu se naskýtají dosud netušené možnosti, protože jejich nápad GINA Systém pomáhá zachraňovat lidské životy, kdykoli někde na planetě dojde ke katastrofě. Hovoříme o software GINA s ženskou představitelkou bývalého studentského trojlístku a dnes již společnicí firmy GINA Software, Petrou Černou (Bačíková):

Co bylo pro vás úplně na počátku nejdůležitějším rozhodnutím, které vás posléze dovedlo až do role podnikatelky a manažerky?

Nejdůležitějším milníkem pro mě bylo vytvoření dobrého týmu se Zbyňkem Pouličkem a Borisem Procházkou; oba jsou velice chytří a od začátku jsem věřila, že to někam dotáhneme. Prvním krokem bylo přihlášení se do soutěže Imagine Cup, dalším pak splnění podmínek a vstup do MIC Akcelérátoru (podpora studentských a absolventských projektů z oblasti IT společností Microsoft).



Bylo jednoduché skloubit intenzivní práce na dotvoření nápadu budoucího projektu GINA System se studijními povinnostmi?

Díky rodině a přátelům se to úspěšně podařilo, a tímto jim děkuji za jejich podporu. Největší motivací je vědomí, že to, co děláte, pomáhá lidem.

Hned poprvé jste s přihlášeným projektem v mezinárodní soutěži neporazili, bylo to velké zklamání?

Dostali jsme se do mezinárodního kola, a to úspěch byl! Tou dobou jsme již působili na Haiti, a přesto, že jsme nepostoupili mezi nejlepších 12 týmů na světě, hodnotitelé nás podporovali, abychom pokračovali dál ve vývoji.

Asi tím radostnější bylo zjištění, když jste se po roce dočkali uznání...

V letošním roce jsme se soutěže zúčastnili jako úspěšný projekt z minulých let. Byl to důkaz, že jsme to mysleli vážně a po skončení loňské



Petra Černá (Bačíková)

soutěže to „nezabalili“, nýbrž pokračovali dál v práci a přetváření myšlenek do reálné podoby.

Co bylo při přetvoření původní myšlenky do zpracování konkrétního software nejtěžší?

Asi určit, pro koho budeme primárně software vyvíjet, abychom prosperovali, a do této podoby ho upravit.

V čem spočívala pomoc Jihomoravského inovačního centra a jak ji s odstupem času hodnotíte?

Největší pomocí byl brainstorming a konzultace. Tím získáte mnoho nápadů, rychlou oponenturu a máte možnost nejlepší z nich uskutečnit. V Jihomoravském inovačním centru stále působíme. Splnili jsme podmínky, jsme inkubovanou firmou a pomocí se nám dostává stále.

Založení firmy bylo tedy vyvrcholením péče centra, nicméně co bylo vašim prvním úkolem v nově založené firmě?

Bylo to vytvoření firemní identity – loga, webových stránek, prezentací, vizitek. Bavilo mě to, byla to skvělá doba prvních začátků.

Jaké priority jsou pro vás závazné dnes?

Od grafiky jsem přešla k plánování logistiky, k ekonomice a marketingu.

Čeho byste chtěla dosáhnout vy osobně a jak to koresponduje s přáními vašich kolegů a spolumajitelů firmy?

Naše firemní cíle jsou jednotné: Mít prosperující firmu, pomáhat lidem šetřit čas a starosti, a hlavně neusnout na vavřínech. Můj osobní cíl je velice prostý, věnovat v budoucnu své rodině a koníčkům tolik času, kolik nyní věnuji firmě.

rozmloval Jiří Novotný

foto Jiří Sláma



Trojčlenný tým firmy GINA Software, uprostřed Petra Černá (Bačíková)



Proč ženy touží

Sama nevím, jak označit mezní situace v životě lidském, které nám občas zkomplikují bytí ve zdejší. Zda to jsou východiska k novým dnům a budoucí pohodě, cesty k dalším cílům, výzvy budoucnosti, anebo jen běžný stres pramenící z našeho věčného chybování. V poslední době jsem potkala několik žen, které ztratily své životní partnery, ať již tím nejsmutnějším způsobem, ostatně patřím k nim také, anebo se prostě se svými muži rozešly, udělaly radikální řez za historií, která tak jako tak z jejich srdce nevystoupí. Co dál? Usilovat o nový vztah? Počkat, co přinese čas? Neprošvihne doba čekání tu nejkrásnější příležitost? Šanci nakročit k dalšímu štěstí? Babo rad. Zkušenosti napovídají, že vedle emocí rádi rozum a varuje: pozor, holka, ať neučiníš nějakou neuváženost! Ano, vím, i láska se dá právně ošetřit stejně jako licitace o majetku, ale to není ten pravý základ otázek, jež člověku táhnou hlavou. My, ženy, potřebujeme být milovány, hlazeny a závislé jsme i na květinách, které dostáváme. Neznamena to, že musíme po zbývající část pobíhání po zeměkouli s někým bydlet, a věnovat mu veškerý svůj čas, vždyť starosti ve firmě je nad hlavu a my se jim rády věnujeme a naplno... Zdaleka nejsme tak agresivní, jak o nás řada jiných smýšlí. Přála bych si, aby někdy jen trošku muži pochopili, proč ženy touží.

vaše Eva Brixi



Tip Grady

Optimisté to mají v životě snazší. Jsou šťastnější, zdravější, pro druhé přitažlivější, schopní uskutečnit svá přání a bojovat s problémy. V knize se dozvíte, jak změnit své vnímání, názory a myšlenkové stereotypy, které spouštějí série negativních reakcí, jak lze pomoci správné komunikace s ostatními i sami se sebou ovlivnit pozitivní myšlení či jak trénovat optimistický postoj a jednání.

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.svamberk.com
 www.credium.cz	 www.edenred.cz	 www.lg.com
 www.templarske-sklepy.cz	 www.bon-bon.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, září 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 Rožnicková
tisk: Moravská typografie, distribuce: 5P Agency, www.madambusiness.cz
Placené textové materiály jsou označené grafickým symbolem



Poroste úloha komunikace firem, institucí a veřejnosti?

►► **Lada Kičmerová**
tisková mluvčí
finančněporadenské společnosti
Partners For Life Planning, a.s.

Nemyslím, že komunikace poroste kvantitativně, ale jistě se bude proměňovat její kvalita a forma. Ve firemní komunikaci vnímám jako hlavní trendy vyšší personalizaci komunikace, využívání sociálních sítí a on-line médií nebo zaměření na hravou komunikaci na pomezí PR a marketingu. Lidé jsou obecně informacemi zahlceni a jenom přímá, jednoznačná a zajímavá firemní komunikace má šanci získat pozornost široké veřejnosti.



Co oceňujete na podnikatelkách a manažerkách?

►► **Ing. František Šámal**
předseda Český svaz pivovarů a sladoven

Na podnikatelky a manažerky je možné se dívat ze dvou úhlů. Prvním z nich je odbornost, profesionalita. Období, kdy byl v tomto ohledu nějaký rozdíl mezi mužem a ženou se minimalizovalo, ba dokonce velmi často mizí úplně. Příčinou je především přístup ke vzdělání a možnost zúčastnit se pracovních, a především rozhodovacích procesů. Od ženy se předpokládá a vyžaduje stejná odbornost a výkonnost, stejná pracovitost, stejná invence, stejná houževnatost, stejná odvaha řešit problémy a mohl bych jmenovat další vlastnosti. Prostě očekávat od žen to, co od mužů, je samozřejmost. Otázkou je, jsou-li při stejné profesionální výkonnosti podobně ohodnocené. Ale to je věc jiná, určitě na delší diskuzi; setrvačnost je v tomto ohledu velká. Obecně ale mohu z vlastní zkušenosti potvrdit, že mám možnost vidět kolem sebe v pivovarském sektoru řadu žen ve špičkových funkcích a nikomu nepadne na mysl hledat rozdíly. Nelze je najít proto, že nejsou. Druhý úhel pohledu je, že ženy jsou, naštěstí, jiné než muži. Nabízejí často odlišný přístup k řešení problému nebo vzniklé situace, nejspíš mají poněkud větší cit pro detail, některé z nich věci, procesy, případy posuzují citlivěji než muži. V tom vidím spíše přínos, obohacení podnikatelského a manažerského procesu nebo chcete-li atmosféry na pracovišti, ve firmě... Navíc účast žen, především při poradách, ovlivňuje chování a jednání mužů v tom, že přítomnost žen velmi často vede ke kultivaci chování i prostředí při jednáních. Je-li však něco, co je třeba u žen velmi ocenit, pak je to jejich schopnost skloubit roli matky a organizátorky chodu domácnosti s povoláním. Někdy jsme my muži neschopni domyslet, resp. vmyslet se do pozice „domácí“ manažerky. Snad jen v okamžiku, kdy bychom mohli o své pohodlí přijít, poskytovány servis postrádat. Ale v tom jsme my, muži takoví, jací jsme.

Informace do kabelky

Proč čeští muži nevoní?

Jak vyplynulo z průzkumu, který si nechala zpracovat divize Kosmetiky společnosti Henkel ČR, více než osm procent Čechů stále nepoužívá deodorant. Hůř jsou na tom muži – každý desátý z nich spoléhá na svou „přirozenou vůni“ a deodorant či antiperspirant je jim zcela cizí. Letní měsíce jsou obdobím, kdy se naše tělo pocením brání proti přehřátí. Tento přirozený fyziologický proces s sebou ale přináší také projevy organismu, které nejsou příjemné. „Výsledky prodeje deodorantů potvrzují dlouhodobé povědomí, že ženy o sebe v porovnání s muži stále pečují podstatně více a lépe. Přestože se ženy velmi často snaží samy změnit návyky svých partnerů nákupem a věnováním některého z výrobků, je poměr v prodeji přípravků proti pocení stále přibližně 60:40 ve prospěch těch určených pro ženy,“ uvedla Radka Šimánková, manažerka marketingu divize Kosmetiky Henkel ČR.

(tz)



Podzim

Eva Brixí

Přišel podzim
Drsný milenec
Spádl lístek
Rudý koberec
Žlutá poušť
Rezavý mravenec
Pohládl tvář
Do rybníka pastelek
Upustil svatozář

Sehnu se
Uslyším
Pár veršů odfouknu
Za babím létem
Snad neruším
Ženu se světem

Hříbek mne pozdraví
Kývne mi na zdraví
Vůni lesa rozkryje
Větvičkou parfému
Žena se otvírá
Máš košík v harému

Pozdrž mne
V úsměvu
Srdíčko zapomeň u stromu
Do kůry pošli pozdrav vzájemný
Psaníčko lesní
Políbek vzdálený

foto Kamil Varcoller

Věřte, je to nádhera!

Ten, kdo jednou propadne kouzelným možnostem fotoaparátu, těžko zázračný přístroj, který mu otevírá svět v jiných souvislostech, zase odloží. Samozřejmě, není to o technice, i když o řemesle už trochu ano. Pro Bohuslavu Šenkýřovou, osobnost, již mnohým není třeba představovat, je fotografování hlavně o radosti a hledání odpovědí. Sama o sobě říká, že je poloprofesionál a že si na umělce nehraje. Je člověk emotivní, vnímavý, a fotografování doplňuje její pohled na život a nastoluje začátky odpovědí. Nefotí plánovitě, ocitá se v prostředí a vnímá. Prožívá. Detail je důležitý. Se salvou smíchu vypráví, jak se k ní dobývala do stanu hyena. No co, tvrdí, je to tvor společenský a asi měla chuť na panáka slivovice, již jsem měla jako součást nejn nutnější výbavy s sebou.

Cestování a fotografování, jak by se mohlo zdát z následujících řádků, není však útek od současnosti plné problémů a složitostí vztahů. Je to spíš divoká touha po poznání a uchování zlomku emocí, chuť prostřednictvím dokumentu nechat nahlédnout do nitra zemí, které vypovídají jinou řečí než tou, již jsme uvykli. Pravda, i k tomu je třeba něco odvahy, času, síly. Při profesním vytížení, jaké tato žena má, je obdivuhodné, že foťák neodpočívá někde ve školní skříni... Vždyť si to vezměte: Bohuslava Šenkýřová stíhá vést Vysokou školu finanční a správní, dohlížet na Bankovní akademii, kterou sama založila, stejně jako další dvě soukromé školy – mateřskou a základní. Při tom reprezentuje české vysoké školství v mezinárodních

organizacích, nyní ještě kompletně přestavuje svůj dům na samém konci Prahy... Učí se porozumět zedníkům, instalatérovi i zahradníkovi. A v tom mumraji vědoma si toho, že školní rok patří k září, promýšlí v roli fotografky texty ke snímkům ze své nedávné cesty, jež budou základem nástěnného kalendáře, a nejen to. Bohuslava Šenkýřová totiž také chystá k vydání svou první knihu – mimořádný soubor zážitků a fotografií ze svých výprav po světě. Ráda by upozornila na krásy a pozoruhodnosti, které tam objevila. Pozorný čtenář pozná, že fotografování je pro ni způsob vidění, že nefotí objektivem, ale srdcem, jak sama podotkla.

Lidé vás neznají pouze jako Manažerku roku či rektorku Vysoké školy finanční a správní, jako reprezentantku českého soukromého školství. Přátelé o vás tvrdí, že jste výborná společnice, která nezkaží žádnou legraci. Řada jich také ví, jak ráda fotografujete. S fotoaparátem jste projela Namibii, Senegal, Peru, Írán... teď jste se vrátila z Tanzanie. Proč se věnujete právě cestování s fotoaparátem v ruce? Nebyl by lepší golf nebo dovolená s plným komfortem? Rozesmála jste mne! Pro golf bych určitě předpoklady měla. Jako Manažerka roku jsem vyhrála sadu golfových holí a na ty zatím padá prach. A dovolená „s plným komfortem“ často v končinách, kam jezdím, ani není možná. A nebvila by mě. Já chci relaxovat, odreagovat se od té „zkažené“ civilizace a vrátit se do přírody. Ne na pořad (znova smích), jen na těch několik týdnů. Věřte, je to nádhera!

Přemýšlím o svém vnitřním světě, který přeci s tím velkým kolem mě musí nějak souviset. Prostřednictvím poznávání velkého světa se snažím víc pochopit sebe samu.

Je to záliba náročná na čas, peníze i nervy. Vyjdete si na procházku s foťákem i českou krajinou?

Cestovat je náročné na čas. Někdo dá přednost Chorvatsku či Řecku, stráví dva týdny na pláži, já jedu raději do méně známých končin a ten čas věnuji pozorování zvířat, rostlin, krásných panoramat a v rámci možnosti i rozhovorům s domorodci. Většinou nejdražší je letenka. Něco také utratím za dárky a suvenýry. Vozím si masky, motýly, kameny... O nervech nic nevím. Maximálně, když se mi přihodí nějaká zdravotní komplikace. Pokud jde o procházky českou krajinou, ty podnikám hlavně s kolegou ze školy Radimem a jeho ženou Hankou. Tak zachycuji převážně krajinu ve středních a jižních Čechách a jsem vždycky znovu a znovu uchvácená její krásou. Fakt. Je tolik míst, které jsem neznala, a přitom jsou za humny. Fotím

Bohuslava Šenkýřová v bezpečné společnosti letos v Tanzanii

Dívejme se s očima dokořán. I na lidi. Někdy se na ty kolem nás nejen nedíváme, někdy je ani neposloucháme, dokonce je ani nevnímáme. Škoda.



A zde Bohuslava Šenkýřová s italskou přítelkyní, s níž podnikla již řadu cest

► krajinu, stromy, květinčky, ptáky, motýlky, mravence a jinou podobnou „havěť“.

Co fotografiemi z cest potřebujete vyjádřit? Napětí doby, odlišný životní rytmus, jiný pohled na souvislosti života, Evropanům těžko pochopitelnou kulturu vztahů, mentalitu?

Protože převažují méně známé destinace, místa, kam se velmi pravděpodobně už nevrátím, snažím se zachytit, co vidím, co mě zaujme. Nejsem fotografa-profesionálka, a tak při focení asi neřeším to, co profík. Někdy z legrace říkám, že fotím srdcem přes objektiv. Udělám záběry z jedoucího autobusu v Indii a zachytím, jak lékař na ulici ošetřuje čísi ucho, stejně jako tlupu supů žeroucích sele v Senegalu. Nebo květinu v poušti. Prostě fotím a při tom prožívám takové zvláštní vzrušení, napětí a radost zároveň. Prostě si to „užívám“.



Na výletě a v pohodě, výjimečně bez fotoaparátu v ruce

Dokument a dobrodružství patří k sobě. Zažila jste někdy horké chvíle, bála jste se?

Když jsem před více než 11 lety začínala cestovat s mými italskými přáteli, měla jsem určité obavy pramenící z ne zkušenosti. Ale hned první cesta do Jihoafrické republiky byla doopravdy tak dobrodružná od začátku až do konce, že jsem si na ten adrenalin rychle zvykla! Já se vážně nebojím. Ale také většinou neriskuji přespříliš. Miluji dobrodružství a cestování, avšak nevím, jak je to možné, ale vždycky se mi „něco“ stane. Např. v Brazílii jsem šnorchlovala se šestimetrovou anakondou. Naštěstí nažranou. Bez legrace určitě nejnebezpečnější byl Ekvádor (v roce 2002), ale to by bylo na delší vyprávění, abych někoho, kdo se tam chystá, ještě neodradila.

Zanedlouho, v říjnu, však vydáte také knihu, která rovněž čerpá z výprav za poznáním...

Ano, jde o můj první a možná i poslední podobný knižní počín. Nebyla jsem to já, kdo by si tak troufal, ale přátelé mě tak dlouho přemlouvali, až

jsem asi před dvěma roky kývla. A pak mě museli přenést přes několik „tvůrčích krizí“, odolat mým slzám, kdy jsem nevěřila, že to dokážu a že to k něčemu bude. Kniha „Svět srdcem Bohuslavy Šenkýřové“ na asi 280 stranách zachycuje 15 zemí světa ze všech světadílů (kromě Evropy a Antarktidy) ve fotkách i ve vyprávění. Ekvádor, kde mi šlo o život, tam nebude chybět. Jedná se o obsáhlou a reprezentativní publikaci, a my s kolegy ze školy bychom jí rádi oslovili kolegy z businessu, kteří se koupí knihy budou moci podílet na podpoře mladých lidí, kteří v životě neměli tolik štěstí...

A čemu vás fotografování naučilo? Relaxovat? Vnímat detail?

Je toho hodně. Soustředěně se dívat kolem, být ve střehu, rychlým reakcím, koordinaci pohybů... Často fotím ptáky a ti nepočkají. A také nedělat předčasné závěry. Často něco vyfotím, třeba nějakou orchidej, a když se fotka zvětší, najednou objevim mravence, mušku či broučka, které jsem vlastně „nefotila“, a přeci tam jsou! A tak je to i v životě. Dívejme se s očima dokořán. I na lidi. Někdy se na ty kolem nás nejen nedíváme, někdy je ani neposloucháme, dokonce je ani nevnímáme. Škoda.

Ukradli vám někdy fotoaparát nebo jste nějaký ztratila?

Ó ne, to se, myslím, stát nemůže. Bedlivě ho strážím, víc než oko



▶ v hlavě. Několikrát se mi stalo, že jsem při focení zaujala nestabilní polohu a padala. Víc než na zlomený kotník při pádu v Indii jsem myslela na foťák. Je to můj velmi blízký přítel a jeho ztráta by mě určitě hodně bolela.

Vaše snímky z cest dávají každoročně základ velkému nástěnnému kalendáři,



který má na rozdíl od jiných kalendářů tak trochu zvláštní poslání...

Ano, od roku 2007 vydáváme na půdě VŠFS kalendáře na podporu Stipendijního fondu pro sociálně a tělesně hendikepované studenty. V roce 2006 jsem se vracela z Namibie, kde jsem poznala Pendu (viz kniha). A také překrásnou, ale chudou zemi, která žije hlavně z turizmu. Přála jsem si něco udělat, nějak pomoci. Nejsem Matka Tereza, nemám ani příliš možností. Napadlo mne, že by se přes fotky v kalendáři a příběh Pendy snad dal zvýšit zájem o tuto zemi. A tak začala jakási tradice kalendářů se snímky a krátkými příběhy (Namibie 2007, Peru 2008, Írán 2009, Jordánsko 2010, Senegal 2011 a Tanzanie 2012).

Jaký snímek z těch tisíců, které váš archiv obsahuje, vám přirostl k srdci?

Nedokážu odpovědět, vybrat jen jeden. Profesionální fotograf někdy nadšeně označí fotku, kterou já bych nevybrala. To je jako s dětmi. Máte ráda všechny, i když se třeba všechny stoprocentně „nepovedly“. Když se podívám na fotku, vybaví se mi emoce a pocity, které jsem tam vnímala a prožívala. Mohu zavřít oči, a běží krátký



film. Ale mezi ty, na které se stále ráda dívám, patří výstup na dunu 45 v Namibii, Machu Picchu v Peru, stromy ve vodě na Srí Lance nebo „makro“ motýla. Nebo ptáci v letu nad Victoriiným jezerem, Angkor v Kambodži... Vidíte, nejde to, jeden obrázek nevyberu.

Návštěva každé daleké země v člověku nezanechá jen vzpomínky či zážitky. Čím obohacuje vás?

Pořád řeším otázku, na kterou asi do konce svého života nenajdu odpověď – kdo jsme, odkud jsme přišli a kam kráčíme... A proč tu jsme. Jakou zanecháváme stopu. Přemýšlím o těch, co tu byli před námi, a o těch, co přijdou po nás. Přemýšlím o sobě. Přemýšlím o svém vnitřním světě, který přeci s tím velkým kolem mě musí nějak souviset. Prostřednictvím poznávání velkého světa se snažím víc pochopit sebe samu.

Kam se chystáte příští rok?

Je hodně míst, kam bych se ještě chtěla podívat. Afrika je pro mne, jako pro mnoho jiných lidí, „droga“. Ale mým snem je již několik let Velikonoční ostrov. Mystické místo ztracené tisíce kilometrů v oceánu. Mí italský přítel tam už byl, a tak hledám někoho, kdo by se tam se mnou vypravil. Víte o někom (směje se)?

otázky připravila Eva Brixl

všechny fotografie jsou z letošní návštěvy Tanzanie včetně záběru leoparda, který se jen tak vyfotit prý nedá



Český výrobek na český trh a projekt business kostýmů

**Vážené čtenářky,
na jaře letošního roku jsem vám slíbil představení projektu „business kostýmů“. Ta chvíle je tu a nová kolekce je připravena pro vás, které se rády a kvalitně oblékáte a chcete doplnit svůj šatník.**

Moděva oděvní družstvo Konice poprvé prezentovalo svůj nový program „business kostýmů“ na srpnovém mezinárodním veletrhu Styl a Kabo v Brně. Ucelená řada se skládá ze sedmi modelů vzájemně kombinovatelných kostýmů – tzn. sako, kalhoty nebo sukně a pouzdrové šaty. Kolekce kostýmů je barevně laděna v módní tmavomodré, černé a šedé barvě. Klasické kostýmy jsou ozvláštněny zajímavými detaily a doplňky. Je to například kontrastní lemování, ozdobné prýmký nebo jemné lurexové vlákno. Kostýmy jsou zpracovány z kvalitních italských materiálů ve složení vlna, viskoza, polyester a elasthan.

Oděvy z těchto materiálů se vyznačují vysokým komfortem nošení, nemačkovatostí a snadnou údržbou. Dále je kladen velký důraz na špičkové krejčovské zpracování. Kolekce je volena pro variabilní použití pro pracovní den i pro večerní akce. Po prvních ohlasech, které jsme od našich zákazníků zaznamenali, se zdá, že kolekce opravdu zaujala, a přál bych si, aby se líbila i vám. O zájmu svědčí již i řada objednávek přímo z veletržní akce. Potěšilo nás, že i představitelky protokolu brněnských veletrhů a výstav budou reprezentovat v kostýmech z této nové kolekce. Od začátku září probíhá finalizace prvního kola objednávek a výroba jednotlivých součástí kostýmů. Společně s tím chceme zhotovit ucelené velikostní

řady kostýmů, se kterými se potom budeme prezentovat ve státních institucích, v úřadech, bankách, pojišťovnách apod. To znamená, že přijedeme třeba i přímo k vám. Budete si moci vše vyzkoušet, prokonzultovat s našimi odbornými pracovnicemi obchodního oddělení, říci svoje názory a vybrat si svůj model z nabízených materiálů a barev. Budeme se snažit zabezpečit kompletní servis i v případě individuálních požadavků, to znamená přizpůsobení jednotlivých oděvních součástí v délkách nebo objemových mírách. Připravená kolekce kostýmů je prvním krokem, od kterého se bude odvíjet další



část našich obchodních aktivit. Chceme vybudovat centrum služeb pro uspokojení individuálních potřeb přímo v našem oděvním družstvu s využitím dlouholetých zkušeností, odborných pracovníků vývojového pracoviště a samotné výroby, s měřenkovým programem pro zahraniční zákazníky. Postupně budeme nabízet možnost objednání i prostřednictvím e-shopu a elektronickou komunikaci. Výsledkem by mělo být vytvoření databáze zákazníků, věrnostní programy ve vazbě na výslednou cenu, informování o připravovaných novinkách, obchodních akcích, módních přehlídkách a jednotlivých prezentacích družstva. Předpokládáme také uskutečnění tiskové konference v Praze na Václavském náměstí v sídle Svazu českých a moravských výrobních družstev, kde by měly být současně kostýmy předvedeny. V souvislosti s touto akcí vám rádi doplníme vaše znalosti o našem oděvním družstvu a jeho 80leté historii, o výrobním programu a možnostech spolupráce. Myslím si, že to mohou být velmi prospěšné informace vzhledem k tomu, že Moděva oděvní družstvo Konice je výrobcem i celé řady dalších velmi kvalitních oděvů. Možná znáte naše proslulé zimní vlněné pláště, paleta nebo velmi žádané a módní peleríny v různých provedeních, často v kombinacích s krásnou přírodní kožehšinou. Potěší nás váš zájem a názor. Věříme, že vám náš sortiment udělá radost a napomůže k důstojné reprezentaci vaší osobnosti.

Leo Doseděl, předseda družstva

Naučili se mě respektovat

Když jsem tu ženu uviděla a uslyšela poprvé, věděla jsem hned, že se ji budu snažit přesvědčit, aby vystoupila jako osobnost v našem Rozhovoru měsíce. Hovořila na tiskové konferenci jako jedna z nominovaných na cenu v soutěži Ocenění českých podnikatelek roku 2010. Projekt byl založen v roce 2008 Janou Švenkovou, partnerkou společnosti Mazars Audit, a Helenou Kohoutovou, ředitelkou Agentury Helas, s cílem poukázat na mimořádné, profesně úspěšné ženy. A Hana Eckert, jednatelka brněnské firmy CLARKSON CZ, s.r.o., právě takovou je.

Zaujala mne svou bezprostředností, když nazývala věci pravým jménem, svou energií, kterou dokázala předat snad každému ve své blízkosti. V jejích slovech byl obsažen nadhled, nechyběl tolik potřebný humor, bodrost, snaha vnímat pravdu v její jasnozřivosti. Bylo tam však ještě něco, o čem jsem

později hodně přemýšlela: odhodlání uspět. A v té houževnatosti jako by bylo obsaženo i trochu genderovské touhy po opravdovosti, seberealizaci a zdravé sebevědomí. Z Hany Eckert jsem pocítila sílu, která je nakažlivá – dodává totiž odvahu k hledání a nacházení. Patrně proto se ve jmenované soutěži umístila

jako první v kategorii malá společnost.

Hana Eckert

Historie jména CLARKSON sahá na počátek minulého století do Anglie, kde působil závod pro výrobu obráběcích nástrojů založený Frankem Clarksonem. Patentem chráněný upínací systém, vyráběné vysoce precizní a produktivní nástroje katapultovaly společnost mezi nejvyhledávanější dodavatele obráběcích nástrojů v Evropě, a to především v oblastech automobilového a leteckého průmyslu. Velká pozornost se věnuje vývoji nových rezných materiálů, geometrií a povlaků. Samostatná společnost CLARKSON CZ, s.r.o., vznikla v roce 2004 jako zastupitelská pobočka mateřské

společnosti CLARKSON GmbH. Důraz klade na vysokou kvalitu a výkonnost nástrojů, jejich využití nejen ve velkosériové výrobě, ale i v oblasti výroby kusové s možností dodání speciálních nástrojů, optimalizace výrobních procesů, dodávání kompletních výrobních technologií na zakázku apod. Jde tedy o firmu strojírenskou s velkou specializací. Přesvědčila, že i pod taktovkou ženy má s patřičnou hrdostí co nabídnout. Pod vedením Hany Eckert je mezi odborníky uznávaným pojmem a vysoce ceněnou značkou. I k tomu si však musela proklestit cestu.

Jste ženou, která se stala uznávanou autoritou ve světě strojírenství, v doměně, která léta patří silnější polovině lidstva.

Jak jste vybojovala takovou pozici?

V začátcích mého podnikání ve výrazně mužském oboru bylo přesvědčit mé obchodní partnery, že i žena rozumí technické problematice a dokáže doporučit to správné nářadí pro danou operaci, a ušetřit tak náklady a zvýšit produktivitu práce. Dnes mohu říci, že s tímto již nemám žádné problémy, naučili se mě respektovat. Velkou oporou je můj manžel, který je v Německu uznávanou kapacitou ve strojírenství.

Firma CLARKSON CZ se specializuje na výrobky, které v sobě mají vysoký stupeň know how, zušlechťenou tradici – proč zrovna toto?

Značka Clarkson za roky působení na českém trhu získala pověst kvalitní a progresivní firmy, jejíž výrobky jsou vždy srovnatelné s konkurencí, což vyžaduje na jedné straně trvalý vývoj a inovace, na straně druhé schopné pracovníky, kteří dokáží tuto kvalitu nabídnout a prodat.

Myslím si, že pořád ještě existuje pojem „zlaté české ručičky“, ne vždy však jsme schopni naše nápady a novinky dobře prodat.





Čím může dnes česká strojařina v konkurenci světa zaujmout?

V dnešní době globalizace je celkem těžké hovořit o české strojařině, většina strojírenských firem je v rukou zahraničních vlastníků, o to větší můj respekt mají ti čeští strojaři, kteří v oboru zůstali. Pro prosazení ve světě, a to nejenom ve strojírenství, je nutné věnovat velkou pozornost výzkumu a vývoji, a především rychlému uvádění získaných výsledků do praxe. Myslím si, že pořád ještě existuje pojem „zlaté české ručičky“, ne vždy však jsme schopni naše nápady a novinky dobře prodat.

Když jste získala významné místo v soutěži Ocenění českých podnikatelek v roce 2010, vyprávěla jste ostatním také o tom, jak vás muži strojaři a obchodníci zpočátku odmítali brát vážně. Jenže vás to neodradilo, naopak motivovalo něco zásadního dokázat... Podle hesla „co tě nezabije, to tě posílí“ jsem prostě nehleděla na počáteční nedůvěru, se kterou mě muži zpočátku přijímali, naopak s každou získanou zakázkou a uzavřeným obchodem rostlo moje přesvědčení, že jdu správnou cestou za svým cílem, kterým je vytvořit zdravou a konkurenceschopnou firmu.

Cesta k úspěchu se každému klikatí jinak. Co vám především pomohlo?

K úspěchu je vždy potřeba troška štěstí, já jsem ho měla ve svých začátcích, když jsem v roce 1988 dostala nabídku od německé firmy Clarkson GmbH. a začala jsem pracovat v oboru, který jsem do té doby neznala. Práce v německé firmě pro mě byla velkou školou, která mi umožnila detailně poznat potřeby zákazníků ve strojírenství přímo u výrobních linek, což

mi velmi pomohlo v mém rozhodování, když jsem se na základě analýzy našeho trhu rozhodla postavit na vlastní nohy. Velký podíl na mém úspěchu má také dobrý kolektiv v mé firmě.

A z jaké chyby jste se nejvíce poučila?

Snažím se poučit z každé chyby, největší poučením však pro mne byl průběh a důsledky nedávné hospodářské krize.

Dokážete ve svém týmu přiznat svůj omyl?

Nikdo není neomylný, může udělat chybu. A já nemám problém chybu přiznat, důležité však je se z každé chyby poučit a stejnou chybu neopakovat.

Nejen výroba, ale také obchod je dnes oborem, v němž uspět je čím dál více těžší. Jak přistupujete k poptávkám, co děláte proto, aby zakázka přišla?

Jsem neustále v kontaktu s dodavateli i odběrateli, snažím se získávat maximum informací o dění v našem oboru, to stejné vyžadují i od našich obchodně-technických zástupců, jejichž povinností je trvalá péče a kontakt se zákazníky a maximální snaha o uspokojení každé získané poptávky.



Máte hodně zkušeností z nejrůznějších obchodních jednání v cizině, procesovala jste kus světa. Kde bývá nejobtížnější zvítězit?

Složitější jednání bývá s našimi asijskými partnery, neboť se jedná o jinou kulturu a přístup k obchodu a životu vůbec. Pokud je však člověk připraven, tak není problém tato jednání zvládnout. Mohu

říci, že často je obtížnější se dohodnout doma v Česku než jinde ve světě.

Profese obchodníka je v současnosti nejžádanější vůbec – co si myslíte, že by měl takový člověk umět především?

Kromě odpovídajících odborných a jazykových znalostí považují za důležité i lidské vlastnosti každého obchodníka, jako je zdravé sebevědomí, cílevědomost, vytrvalost, disciplína, poctivost, komunikativnost, a především schopnost týmové práce.

Váš šarm je často spojován s vaším smyslem pro humor – pomohl vám někdy při řízení firmy?

V dnešní době si v našem oboru mnoho humoru neužijeme, přesto si myslím, že humor občas dokáže správně odlehčit i vypjaté situace.

Podnikání je náročné nejen na čas, ale také na osobní disciplínu, avšak musí se také umět odpočívat – jak to všechno dokážete skloubit?

Bohužel velmi špatně, což si dost vyčítám. Momentálně jsem tak pracovně vyčítaná, že mi na relaxaci nezbývá čas. Relaxuji 14 dní v roce, a to jen na dovolené u moře, na kterou jezdím se svým manželem a vnukem. Tam mám čas se kromě plavání a slunění věnovat i golfu, který mám velmi ráda, je však časově příliš náročný.

Je spousta vlastností, kterými ženy, jež něco v životě dokázaly, vynikají. Jak byste české podnikatelky charakterizovala?

České podnikatelky, které jsem měla příležitost poznat, jsou velmi zodpovědné, trpělivé, dbají na detaily, jednají seriózně, váží si svých zaměstnanců a snaží se minimalizovat rizika.

za rozhovor poděkovala Eva Brixí
foto Kamil Varcoller a archiv CLARKSON CZ



Existují ženské dějiny?

Při vyslovení pojmu ženská otázka jsou mezi lidmi reakce různé. Někdy jsou tato dvě slova vnímána s pochybnostmi, proč se takového tématu vůbec dotýkat, jindy naopak vstřícně, protože ten, kdo vnímá, cítí za slůvky více než atraktivní obsah. Pojetí genderové speciality, v jakém se chystá v říjnu před veřejnost předstoupit Muzeum Hlavního města Prahy, bude velkolepé a potřebné.

Výstavní projekt s názvem „Praha a její dcery“ je pokusem přiblížit pražské dějiny očima a prostřednictvím osudů jejích obyvatelek. Na výstavě se divák setká nejen s významnými ženami, spojenými s životem a historií Prahy, ale bude se moci „dotknout“ i života dnes bezejmenných obyvatelek pražského prostoru od pravěku po dnešek. Projekt si zároveň klade za cíl zprostředkovat dnešnímu člověku ženský svět i vývoj genderové otázky v průběhu historie a v současnosti. Součástí výstavy bude doprovodný program především v podobě setkání se zajímavými ženami i muži, kteří chtějí a mají k danému tématu co říci, filmových projekcí, hudebních produkcí, klubových představení apod. Koncepti, scénář a texty mají na starost Pavla Státníková a Miroslava Šmolíková, architektonické řešení David Vávra a výtvarné pojetí Jiří Sušanka. Pro Mgr. Pavlu Státníkovou, náměstkyni ředitelky pro odbornou činnost a hlavní kurátorce sbírek jsem připravila několik otázek:

Na podzim připravujete zajímavou výstavu nazvanou Praha a její dcery. Měla by jít po stopách žen, které se zapsaly do

pražské historie – kdo přišel s tímto nápadem? A proč jej muzeum podpořilo?

S nápadem jsme přišly s mojí kolegyní Mirkou Šmolíkovou, vedoucí našeho archeologického pracoviště, již před delší dobou. Je pravda, že naše Muzeum má ve vedení většinu žen a je docela zajímavé si uvědomovat, co taková specifická situace přináší, čím jsou naše vzájemné interakce charakteristické, jak vystupujeme navenek a lišíme-li se od muzeí, kde to není tak vyhraněné či která vedou hlavně muži. V našich sbírkách i ve sbírkách mnoha dalších institucí je velká řada předmětů, vzniklých činností ženských obyvatelek

Prahy v různých obdobích, množství artefaktů, které ženy používaly, i některá umělecká díla, která zobrazují ženu v různých jejích životních úlohách a postaveních. V odborných kruzích probíhá již nějakou dobu, v českých kratší, v cizině delší, řada diskuzí, zda existují ženské dějiny, zda v tom případě existují i mužské dějiny, kde jsou hranice historiografie a dalších oborů při zkoumání z hlediska žen, dějin žen a ženství. A je jasné, že ženy v minulosti to, zvláště



Mgr. Pavla Státníková

v některých obdobích, opravdu neměly lehké, a rovnoprávné postavení s muži neměly. Naše výstava se nechce držet striktně všech vědeckých pohledů a nálezů, protože to jsou témata hlavně pro knihy, ale chceme specifickými výstavními prostředky, částečně uměleckými, symbolickými, zkratkou, vyjádřit ženský svět obyvatelek města, obyvatelek známých jménem i těch neznámých.

Genderová tematika je ožehavá a citlivá. Jaký v ní vidíte smysl? Vždy hovoříte o smysluplném feminizmu...

Já se poslední dobou slovu feminizmus trochu vyhýbám, protože feministka u nás má automaticky nálepku ženy, která nechce být ženou, ale spíše mužem. K debatám s takovou nálepkou pak nepřicházejí ani muži ani ty ženy, které mají obavu z označení nedostatečných žen. Tam, kde se o feminizmu hovoří, sejde se většinou celá řada žen, které chtějí diskutovat a mluvit o svých pohledech, pocitech, životních zkušenostech. Ale nepřicházejí tam už žádní muži, ani ženy, které nechtějí být označeny jako feministky. Debata „mezi náma holkama“ je určitě užitečná, v mnohém přínosná, ale co dál...? Připadá mi, že vidím kolem sebe řadu často velmi úspěšných, ale nepříliš spokojených žen, a mnoho poněkud dezorientovaných mužů, kteří jaksi nevědí, co od nich vlastně ženy chtějí. Bylo by dobré si to říci.

Koho by měla výstava oslovit zejména? Určitě nejen ženy samotné, jistě s sebou ponese určité poselství.

V Biblické knize Genesis se píše: „Jako muže a ženu je stvořil...“ Velmi bychom si



MUZEUM
HLAVNÍHO
MĚSTA
PRAHY

VÝSTAVNÍ PROJEKT MUZEA HLAVNÍHO MĚSTA PRAHY



*Praha
a její dcery*



MUZEUM
HLAVNÍHO
MĚSTA
PRAHY



MUZEUM
HLAVNÍHO
MĚSTA
PRAHY

► přáli, aby výstava oslovila všechny lidi, ženy i muže, mladé i starší, celé rodiny, aby třeba v návštěvnicích i návštěvnících otevřela dveře ke vzájemné komunikaci, abychom se učili znát a pochopit sebe navzájem, rozdíly v myšlení, vnímání i uchopování světa, které lze nazvat obecně genderovými. Které prostě existují a mnohá nedorozumění často fatálního charakteru pramení z jejich ignorování...

Která z žen Prahy vám osobně učarovala a čím?

Každá, která využila svých možností a schopností pro rozvíjení sama sebe i druhých. Z těch, které známé jménem, se mi tají dech nad odvahou Milady Přemyslovny, když v 10. století stála uprostřed mužů v čele diplomatického vyjednávání o založení pražského biskupství. Je mi velmi sympatická Anežka Přemyslovna, svatá Anežka, pro své smysluplné nasazení v pomoci bližním. Skláním se před trpělivostí a odvahou manželek poražených českých pánů potrestaných po Bitvě na Bílé Hoře. Nemohu pominout samozřejmě Boženu Němcovou, pro její osobní statečnost a při prosazování vlastní ženské autenticity a obdivuji například Josefu Náprstkovou a Elišku Krásnohorskou za jejich snahu o rozvoj ženského vzdělávání, což vyvrcholilo založením prvního pražského ženského gymnázia Minerva. Skláním se před všemi ženami, které studovaly vysokoškolské obory v dobách, kdy to nebylo obvyklé a někdy vůbec ne snadné. Dvacáté století přineslo mnoho utrpení, mužům i ženám, moji úctu mají a příkladem mi jsou všechny ženy, které se dokázaly otevřeně postavit proti utlačovatelským režimům.



Připadá mi, že vidím kolem sebe řadu často velmi úspěšných, ale nepříliš spokojených žen, a mnoho poněkud dezorientovaných mužů, kteří jaksí nevědí, co od nich vlastně ženy chtějí. Bylo by dobré si to říci.

Projekt nebude jen o samotných exponátech, ale o genderové komunikaci, významu historie a přínosu žen by měla vypovídat i četná setkání, diskuze a konference. Jak bude doprovodný program koncipován a co by měla řešit samotná konference?

Zda se nám všechny plány podaří naplnit, v tuto chvíli sice nevíme, ale chtěli bychom prostřednictvím veřejných celodenních seminářů s odborníky na vymezená témata (historie, genderová problematika, psychologie, umění...), týkající se žen i mužů, setkáním s některými osobnostmi, které mají k genderové problematice co říci, a snad i následnou odbornou konferencí, pokusit se propojit informace a poznání více oborů, které se touto problematikou zabývají.

Současnost historií potřebuje – učí se z ní, čerpá srovnání, přebírá dobrou zkušenost. Neuvažujete například o pokračování výstavy na téma Jak ovlivňují dnešní ženy život Prahy? Vždyť v našem hlavním městě žije řada osobností, ať to jsou podnikatelky, manažerky, spisovatelky, zpěvačky, fotografky, lékařky, političky, ekonomky, vědkyně...

Nápad je to určitě zajímavý, i když výstava je poněkud svébytný útvar, nevím v tuhle chvíli, jak takové téma ztvárnit, možná fotograficky... No, děkuji za inspiraci, budeme o ní přemýšlet...

Co dluží muži ženám?

Možná více naslouchání? Možná to platí oboustranně? Nevím, zda mluvit o dlužích, není to myslím dobrá základna, dobré prostředí pro dialog. Co jsme si, to jsme si, pojďme společně přemýšlet o bolestech světa, třeba o tom, jak zabránit tomu, aby naše západní civilizace nevymřela...

Koneckonců jsme ženy a muži...

Domnívám se, že celospolečensky není potenciál žen v současnosti vyčerpán. Dá se například s ženským smyslem pro kreativitu ještě ledasčeho dosáhnout? Jak to vidíte?

Ženský pohled na svět je jiný než mužský, a tradičně, historicky byl podle mého názoru poněkud potlačen. Jakési zbožštění rozumu a techniky přineslo všem, mužům i ženám, systematickou vědu, nové technologie, nové pohledy na svět, nové možnosti, ale zároveň i ztrátu a potlačení těch tradičnějších přístupů k životu, často velmi zdravých a právě k životu zaměřených. Nechat ženy rozvíjet tyhle stránky a brát je vážně...

ptala se Eva Brixl

Soutěž

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

Channel Crossings

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

A: Angie, would you like to discuss the presentation over lunch?

B: Yes, Where shall we meet?

A: Great. Let's meet at the reception downstairs at 12.

Vyberte nejvhodnější variantu chybějící věty v rozhovoru.

- a) I love you.
- b) I'd love to.
- c) Love.

Glosář

Mluvme-li o tajemstvích, informacích či faktech, můžeme využít např. následující fráze a slovesa:
keep something from somebody = tajit někomu něco
(It's never a good strategy to keep problems from your manager.)

talk down to somebody = mluvit s někým svrchu
(The best managers don't talk down to their employees but speak to them as equals.)

play something down = bagatelizovat něco
(The management tried to play the issue down when it was clearly very important.)

pin down somebody to = přimět někoho k něčemu
(It's impossible to pin down our CEO to a meeting. He's so busy all the time!)

have it out with someone = vyříkat si to s někým, neformální výraz
(Things have been much better since I had it out with Jane about the deadlines.)

TIP CHC: Podzemní jazykové kurzy klepou na dveře, neváhejte a rezervujte si místo dříve, než vám ho obsadí někdo jiný. www.chc.cz

Účastník soutěže dává výslovný souhlas se zpracováním veškerých poskytnutých údajů ve smyslu zákona č. 101/2000 Sb., o ochraně osobních údajů, v platném znění, a dále dává společnosti Lenka Pavlíková – Channel Crossings souhlas s použitím kontaktních údajů k marketingovým účelům. Tento souhlas je možné kdykoli odvolat.

Vyhodnocení soutěže

Channel Crossings

Milé čtenářky, ve spolupráci s prestižní jazykovou školou Channel Crossings jsme pro vás připravili soutěž, která prověří vaši znalosti angličtiny. Šestou soutěžní otázkou jsme zveřejnili v srpnovém čísle Prosperity Madam Business.

Správná odpověď zní:

- a) Is the discount higher if we order more books?

Vítězi srpnové soutěže Petru Bláhovi z Ostravy blahopřejeme a posíláme dárkový balíček z oblasti jazykových služeb. Všichni účastníci obdrží roční přístup k on-line studijnímu programu angličtiny, němčiny nebo francouzštiny v hodnotě 490 Kč.

Podnikání jako součást života

Stále se ptám sama sebe, z čeho plyne radost žen, které se pustí do podnikání. Patrně z toho, že se mohou seberealizovat, že se tím baví, že mohou uplatňovat nápady, do jisté míry experimentovat, zkoušet a nacházet nové cesty, že vidí výsledek, který postupně nabývá na významu. Je to patrně jiný vztah ke skutečnostem i jiný způsob k vytváření hodnot než ten ryze mužský. Žena je ve své kreativě nezkrotná, muž je pyšný na excelovou tabulku. Proč ne.

Na podporu žen, které již něco dokázaly, i k probuzení odvahy těch, které se do businessu rozhodují vstoupit, se před pár lety zrodila soutěž nazvaná Ocenění českých podnikatelek. Nyní se chystá již čtvrtý ročník. Odborným garantem soutěže je společnost CCB – Czech Credit Bureau, a. s. Člena představenstva Ing. Pavla Fingera, MBA, odborníka, který vždy účast něžného pohlaví v podnikání šikovně komentuje, jsem se zeptala:



Ing. Pavel Finger, MBA

vyhodnotit a získat řadu údajů. Pro zajímavost uvádím některé z nich: V České republice existuje téměř 10 000 firem, které vlastní výlučně ženy. Do soutěže OCP se mohou přihlásit ty firmy, které mají více než 10 zaměstnanců, nedělají tajnosti, pokud jde o jejich účetní závěrky a vznikly před 1. lednem 2007. Semifinalistky, tedy firmy splňující výše uvedené podmínky, jsou spíše menší, poměrně

stabilní, málo zadlužené a v převažující míře i finančně zdravé. Jejich počet se neustále zvyšuje a veřejné zakázky příliš nemilují. Nejvíce firem vlastněných ženami působí v Praze a ve velkých městech.

Obratem to nejsou tedy podniky gigantické, zato by se daly charakterizovat jinak...

Firmy v soutěži OCP opravdu nejsou velké ani co do počtu zaměstnanců nebo výše ročního obrátu.

Na tiskových konferencích pořádaných Agenturou Helas ke zmiňované soutěži jste také společnosti s ženami v čele označil jako takové, které strategii opírají o vlastní srdce, plní si sen, a tržní prostředí je pro ně

barometrem vlastních schopností. Liší se tím údajně od mužského přístupu k věci...

Ženy mají obvykle větší averzi k riziku a také se tolik nehoní za co nejvyššími zisky. Berou podnikání více jako součást svého života a tak ho také prožívají.

Přibývá dnes firem, které patří ženám?

Počet firem vlastněných ženami neustále roste, roční přírůstky se v posledních letech pohybují v řádu několika stovek ročně.

Jaké obory jsou doménou ženského podnikání u nás?

Ženy podnikají nejčastěji v oblastech, ve kterých obvykle najdeme i převahu žen v zaměstnaneckém poměru. Jedná se nejen o obchod, školství, zdravotnictví, úklid, stravování, ale i o reklamní agentury, zprostředkovatelské práce. Vyskytují se však i tam, kde bychom je patrně nehledali. Např. vlastní bezpečnostní agentury, podnikají v silniční dopravě, v obchodě se železářským zbožím, stavebními materiály, rudami a kovy. Nalezneme je i v oblasti výstavby budov, výroby strojů a zařízení.

A lze najít specializaci, jíž se zájem něžného pohlaví zatím vyhýbá?

Firmy zařazené do soutěže OCP se v zásadě vyhýbají odvětví Zemědělství, lesnictví a rybníkářství, Těžba a dobývání, Výroba a rozvod elektřiny, plynu a tepla, Zásobování vodou, odpadní vody, odpady a sanace. Dále ▶

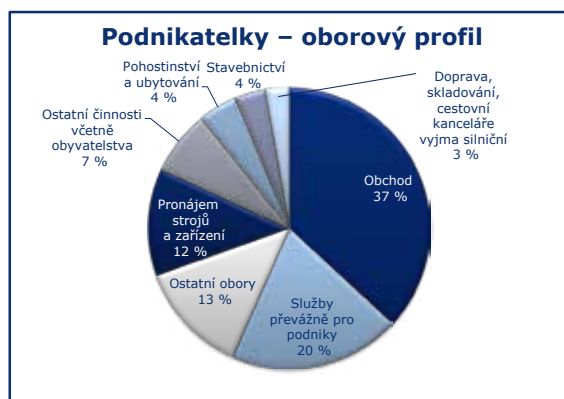
Vaše společnost je významným partnerem soutěže Ocenění českých podnikatelek.

Čím vás takový projekt zaujal?

Soutěž Ocenění českých podnikatelek je svým tématem zaměřena na někdy poněkud opomíjenou podnikatelskou skupinu. Ženy přitom do podnikání přinášejí vedle půvabu i řadu zajímavých aspektů, které stojí za to zkoumat.

Ani odborník by často netušil, co všechno se dá z číselných údajů vyčíst. Jak vypovídají o firmách, jež v České republice vlastní ženy?

Z naší databáze CRIBIS je možné získat velké množství informací o jednotlivých firmách, které je pak možné statisticky



• Obchod a služby jako předmět podnikání u žen převažují.

• Firmy kandidátek OCP přicházejí na trh ve dvou vlnách.

► k jejich doménám také nepatří Informační a komunikační činnosti, a kupodivu také ne odvětví Kulturní, zábavní a rekreační činnosti.

Krizové období zasáhlo do plánů nejedné firmy. Dá se vysledovat, kolik firem v roce 2010 s ženami v čele složité období „nepřežilo“?

Firmy splňující podmínky soutěže OCP přestály tento rok dobře. V roce 2010 nebyl vyhlášen bankrot ani na jednu ze

semifinalistek OCP a rovněž žádná z nich v tomto roce nezanikla. Takže tímto rokem poznamenaným růstem bankrotů a finančních obtíží firem obecně prošly semifinalistky soutěže OCP vítězně.

Setkal jste se s mnoha jednatečkami, chytrými, šikovnými a pracovitými ženami. Co vám na nich imponuje?

Právě to, co je obsaženo v otázce, samozřejmě vedle přirozeného půvabu.

A nezdá se vám, že jsou na rozdíl od mužů příliš skromné, když prezentují své výsledky?

Myslím, že ženy jsou na své úspěchy velmi hrdé, i když máte pravdu, že některé se jimi chlubí opravdu nesměle.

Soutěž OCP je také o velkých životních příbězích. Jak je vnímáte?

Každý takový příběh je nejen zajímavým čtením či vyprávěním, ale lze v něm najít řadu inspirací.

přála se Eva Brixi

Tales of Sahara

Festival tance a kultury orientálních zemí se vrací do jihomoravské metropole Brna již v říjnu (12.–16. 10.) a opět s mezinárodním obsazením. Tales of Sahara, aneb „Příběhy Sahary“, je unikátní pětidenní akcí s účastí odborníků. Pokud jste někdy přemýšleli, jak asi vypadá tanec z orientálních krajín, jako je Egypt, Perský záliv nebo třeba Indie, tak právě tento festival vám to předvede v plné pestrosti. Vybírat tak můžete třeba z přednášek na nejrůznější témata – Indický tanec, Život tanečnice, Egyptské rodinné rituály, Cestopisná přednáška o Káhiře, Malování hennou na tělo a další. V Klubu cestovatelů budete moci v říjnu a listopadu zhlédnout výstavu Libora Foltýnka, který se fotografování orientálních představení věnuje již nějakou dobu. Páteční večer festivalu je věnovaný programu „Openstage“ v klubu Two Faces, který je přehlídkou tanečnic a souborů především z České republiky. Program je doplněn o bazary s novým orientálním zbožím všeho druhu od oblečení po luxusní parfém. Víkend pak bude patřit hlavnímu programu, a to jsou semináře s odborníky ve

Studiu ZEN, kde můžete vyzkoušet nejrůznější taneční techniky. V sobotu večer festival vyvrcholí v Divadle Bolka Polívky tanečně divadelním představením, kde se předvedou hosté festivalu, např. Mercedes Nieto z Maďarska, Jamilah z Polska, Osama Farag z Egypta nebo Yaliu z Rakouska. Pokud hledáte únik ze všedního dne a chcete poznat trochu exotiky, neváhejte si o festivalu přečíst více podrobností na www.festivaltance.com.

Tereza Sheyla Klementová



Chraňte se před nákazou.

Viry a bakterie útočí přes vaše ruce.

Chřipka,
Sáhněte si.

POUŽÍVÁNO
VE ZDRAVOTNICTVÍ



Softa-Man® ViscoRub

Dezinfekční sprej na ruce



- ničí bakterie i viry
- účinnost do 30 vteřin
- jemný k pokožce
- praktická velikost balení (75 ml)

SOUTĚŽ O 10 DEZINFEKČÍ DO KAPSY Softa-Man® ViscoRub

Softa-Man® ViscoRub je účinný proti:

- chřipce, E.coli (EHEC), salmonely
- srdečnímu infarktu, cukrovce, zlomenině ruky
- depresi, nespavosti, klaustrofóbií

Jméno, příjmení, titul

Adresa

E-mail

Tel.

Datum

Podpis

Svým podpisem zároveň udělují souhlas k tomu, aby v souladu se zákonem č. 101/2000 Sb. o ochraně osobních údajů a o změně některých zákonů v znění pozdějších předpisů (dále jen „Zákon“) společnost B. Braun Medical s.r.o., V Parku 2335/20, 148 00 Praha 4, IČ: 48586285 (dále jen „Správce“) zpracovávala mé osobní údaje v rozsahu, který uvádím na tomto soutěžním kuponu, za účelem vyhodnocení soutěže, zaslání marketingových materiálů a informací o akcích a novinkách Správce. Tento souhlas udělují na dobu nezbytnou k dosažení účelu zpracování, nejdéle však na dobu 2 let od dne udělení tohoto souhlasu. Jsem si vědom svých práv, které mi vyplývají ze zákona, zejména možnost vzít kdykoliv souhlas zpět, žádat informace o zpracování mých osobních údajů, požadovat odstranění závadného stavu.

K dostání v síti lékáren Pharmia
a v prodejnách Zelená hvězda.
Více na www.dezinfekcedokapsy.cz

B | BRAUN

Své odpovědi zasílejte na adresu:

B. Braun Medical s.r.o., V Parku 2335/20, 148 00 Praha

Uzávěrka pro zaslání odpovědních kuponů je 30. září 2011.
Ze správných došlých odpovědí bude vylosováno 10 výherců,
kteří získají dezinfekci do kapsy Softa-Man® ViscoRub.

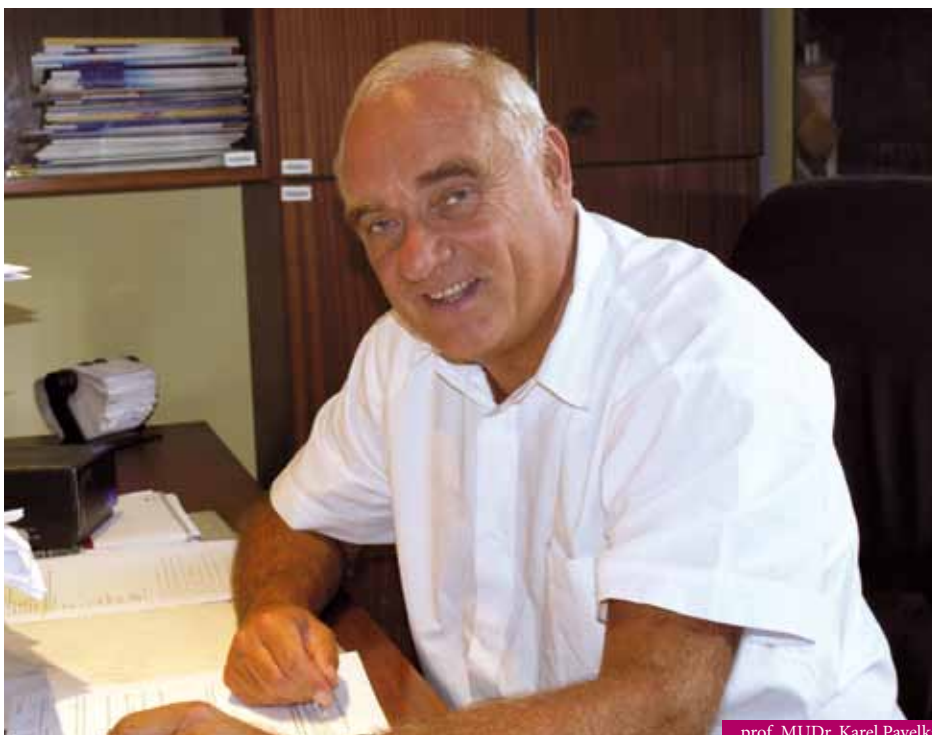
Pacienti už nekončí na vozíku

Revma, artritida, osteoporóza patří k nemocem stáří. Lidé si je tak ne zcela správně spojují s vyšším věkem a ani si přitom neuvědomují, jak k nim sami přispívají nesprávným způsobem života. Špatná zpráva je, že s revmatickými chorobami se dnes léčí i mladí pacienti. Naopak za velmi dobrou zprávu můžeme považovat nové metody terapie, a zejména vynikající výsledky léčení. O tom jsme si povídali s předním odborníkem, prof. MUDr. Karlem Pavelkou, ředitelem Revmatologického ústavu Praha. Věříme, že to bude zajímat i vás, naše čtenářky a čtenáře.

Naši babičku trápily revmatické bolesti zejména při změnách počasí a nepomáhaly prášky ani mazání na klouby. Máme vžitou představu, že toto onemocnění pronásleduje především staré lidi a že jim v podstatě není pomoci. Změnila na tom něco moderní medicína?

Větší bolesti při změnách počasí, zvláště při náhlých poklesech tlaku, jsou známé a dodnes není tento jev vědecky vysvětlen. Co se týká starších lidí – je vžitá představa, že revma je onemocnění právě jich. Toto opravdu platí, ale jenom pro osteoartrózu, která většinou začíná až po 50. roku věku a její výskyt se potom prudce zvyšuje. Nicméně většina zánětlivých revmatických onemocnění začíná ve věku mladším nebo středním, a některé z nich dokonce postihují děti. Protože však početně převládá starší populace s artrózou, může pohled do čekárny lékaře utvrzovat v tom, že jde o nemoci starších lidí. Moderní revmatologie umožňuje časnou diagnostiku onemocnění a velmi pokročila v léčbě zánětlivých revmatických onemocnění. Bohužel však nebyl zaznamenán velký pokrok v léčbě osteoartrózy, kde de facto účinná farmakoterapie zatím neexistuje.

Patříte k propagátorům tzv. biologické léčby. Můžete popsat její přednosti a případně vyvrátit kritiku pojišťoven, že je příliš drahá? Biologická léčba představuje obrovský pokrok v léčbě revmatických onemocnění. Umožnily ji jednak objevy moderní imunologie, která identifikovala na molekulární úrovni cíle, které mohou být v průběhu zánětu ovlivněny, a dále pak rozvoj tzv. genetického inženýrství, které



prof. MUDr. Karel Pavelka

bylo schopno syntetizovat biologické léky, které tyto cíle ovlivňují. Většina biologických léků jsou tzv. monoklonální protilátky. Předností biologické léčby je mnohem vyšší účinnost než u léčby klasické, takže až 80 % pacientů, kteří nemají vůbec žádný efekt klasické léčby, je příznivě ovlivněno biologickou léčbou. Tato léčba působí také velmi rychle k podstatnému snížení bolesti, ztuhlosti a k poklesu laboratorních parametrů dochází již po několika dnech. Kvalita

životu nemocných se podstatně zlepšuje. Pro demonstraci uvedu příklad jednoho našeho pacienta. Šlo o mladého muže, který trpěl jednou z forem zánětlivého revmatického onemocnění, kterého pro velké bolesti přivezli do

Revmatologického ústavu na invalidním vozíku. Po několikaměsíční léčbě se dostal do tak vynikajícího stavu, že zdolal v Nepálu osmitisícovou horu. Navíc biologická léčba zpomaluje, až zastavuje rentgenovou progresi onemocnění. Ano, tato léčba je drahá, ale je farmakoeconomicky výhodná. Ona je totiž drahá vlastní choroba, tzn. revmatoidní artritida. Při nedostatečně léčené aktivitě této nemoci je během 10 let polovina těchto pacientů v plném invalidním důchodu, nepracuje, je závislá na sociální podpoře, neplatí daně a postižená je celá jejich rodina. Adekvátně zaléčený člověk biologickou léčbou může pracovat a platit daně. Takže mírně odborně řečeno, biologická léčba přináší zvýšené tzv. přímé náklady na léky, ale ještě mnohem více ušetří na těchto tzv. nepřímých nákladech onemocnění, která musí společnost platit. Pacienti s vysokou aktivitou také mají několikrát více nutných revmatologických výkonů, nutných lázeňských pobytů a jejich život je zkrácen o 7–10 let.

Biologická léčba představuje obrovský pokrok v léčbě revmatických onemocnění. Umožnily ji jednak objevy moderní imunologie, která identifikovala na molekulární úrovni cíle, které mohou být v průběhu zánětu ovlivněny, a dále pak rozvoj tzv. genetického inženýrství, které bylo schopno syntetizovat biologické léky, které tyto cíle ovlivňují.

► **Také osteoporóza bývá spojována s vyšším věkem. Ale špatná výživa a životospráva prý rozšířily řídnutí kostí i mezi mladší ročníky. A navíc si více vybírá ženy než muži. Co byste našim čtenářům poradil jako odborník na toto onemocnění?**

Prevence osteoporózy začíná již v mladém věku a jde především o úpravu životního stylu a zdravé výživy. Důležité je již od mládí dostatečný příjem mléka a mléčných výrobků a dostatečné pohybové aktivity. Naopak rizikovými faktory osteoporózy mohou být nevhodná výživa, kouření či alkoholismus.

Nezakázete dámám vysoké podpatky, které sice činí chůzi elegantní, ale nohám neprospívají? Dá se obecně najít přijatelný kompromis mezi ženskou módou a zdravím?

Dámské vysoké podpatky mohou být jedním z faktorů, který může u určité skupiny osob přispívat k vzniku artritických změn na dolních končetinách. Především u pacientů s genetickou zátěží, anebo u pacientů, kde již podezření na artrózu

mají, je potřeba se poradit s odborníkem při výběru vhodné obuvi, mezi které asi vysoké podpatky patřit nebudou. Nicméně u mladých, zdravých lidí nošení těchto módních bot v přiměřené míře neškodí.

Provádíte lékařskou praxi, vedete renomované zdravotnické zařízení, přednášíte na univerzitě. V čem vidíte hlavní smysl své práce a co vám přináší největší uspokojení?

Celý svůj profesionální život jsem strávil na jednom pracovišti, které se věnuje problematice revmatických onemocnění. Ale protože se tomuto oboru věnoval i můj otec, dá se říci, že jsem s tímto oborem spjat už více než 40 let. V době mých začátků byly naše terapeutické výsledky velmi skromné a množství pacientů s těžkými deformitami a na vozíčcích, které jsme potkávali na chodbách ústavu, bylo značné. V průběhu let se léčba na tolik zlepšila, že dnes vidíme tyto případy jen vzácně. Byl jsem rád, že jsem u tohoto pokroku mohl být a snad i k němu v českých podmínkách

příspěť. Je dnes určitým klišé říkat o někom, že bere své povolání, např. lékařství, jako své poslání, ale vždy jsem práci klinického doktora považoval za něco víc než pracovní činnost. Tím, že jsem celý život působil v zařízení, které mělo blízko k univerzitě, bylo jasné, že kromě klinické práce se musím věnovat i výzkumu a výuce. Dnes se věnuji všem těmto třem činnostem asi stejnou měrou, myslím si, že jsou všechny stejně důležité a nemohu říci, že bych některou z nich preferoval. Kromě těchto tří činností samozřejmě musím vykonávat ještě činnost administrativní a manažerskou. Jestli mi něco nedělá radost, tak je to obrovský nárůst nároků na administrativu spojenou se zdravotní péčí obecně. V další části otázky se ptáte, co mi přináší nejvíce uspokojení. Jestli vyléčený pacient, nebo mladý kolega – můj žák, který právě odatestoval, nebo nově přijatá publikace do časopisu? Nerad odpovídám na otázky, co je lepší, nebo co je důležitější, myslím si, že určité uspokojení mi přinášejí všechny tyto činnosti.

za rozhovor poděkoval Pavel Kačer

Henkel odhalil nákupní zvyklosti českých zákazníků

Úzký vztah se zákazníky a umění porozumět jim je zvlášť v dnešní složité ekonomické době klíčovou otázkou pro obchodníky i výrobce. Společnost Henkel s cílem definovat nákupní zvyklosti spotřebitelů uskutečnila detailní průzkum. Ten odhalil, že pro Čechy je důležitá nejen cena, ale věnují pozornost i kvalitě výrobků. Zajímavým zjištěním je, že muži v České republice za nákupy zodpovídají daleko častěji, než je zvykem v okolních státech. Mezinárodní studie definovala, že čeští zákazníci se při nákupu výrobků každodenní spotřeby dělí dle jejich nákupních zvyklostí do tří základních typů – ekonomický zákazník, zákazník vyhledávající hodnotu a bezstarostný zákazník. „Podle studie se 41 procent českých spotřebitelů výrazně zaměřuje na cenu. Dalších 38 procent zákazníků vyhledává nejlepší poměr ceny a kvality, kterou následně i upřednostňuje,“ řekla Jana Očadlíková, manažerka oddělení Trade marketingu a category managementu Henkel ČR. Zbýlých 21 procent tvoří kategorie bezstarostných zákazníků. Pro české spotřebitele je dle výsledků průzkumu typické, že velmi rádi vyhledávají akční nabídky. Právě ty společně s dostupností a čistotou jsou pro ně nejdůležitějšími faktory při výběru prodejny. Za velmi důležité tyto prvky shodně považuje téměř 90 procent zákazníků. Češi pro pořízení běžných denních nákupů nejčastěji chodí do supermarketů (55 procent) a diskontů (35 procent). Velké nákupy do zásoby pořizují v drtivé většině v hypermarketech (73 procent). Co se týká frekvence nákupů, tak nejvíce Čechů (55 procent) preferuje vyrazit do prodejen několikrát týdně. Denně nakupuje čtvrtina obyvatel. Průzkum zbořil i jeden mýtus. „V České republice nenakupují výrobky denní spotřeby pro domácnost výhradně jen ženy. U jedné třetiny národa je to záležitost a zodpovědnost i jejich partnerů či rovnou celé rodiny, což je více než v okolních zemích,“ prozradila Jana Očadlíková. Například v Rakousku realizuje nákupy společně pouze 16 procent

populace, v Maďarsku je to 17 procent a v Polsku 20 procent domácností. Výsledky studie pomohou lépe porozumět potřebám nakupujících a umožňují je účinně oslovit správnými marketingovými nástroji a aktivitami. „Požadavky a nároky spotřebitelů se pod dopadem ekonomických událostí a rychlého vývoje neméně rychle mění. Pokud mají zákazníci najít to, co potřebují, a obchodníci a výrobci mají tyto potřeby správně a efektivně uspokojit, je důležité přesně znát chování zákazníků,“ dodala J. Očadlíková. Tomu studie a její výsledky výrazně napomáhají rozdělením do tří kategorií zákazníků, definováním jejich charakteristiky a doporučením taktiky k jejich oslovení. Nejvíce českých zákazníků hledí především na cenu, což je řadí do skupiny ekonomických zákazníků. „Tito zákazníci nakupují levné ekonomické výrobky, ale jsou přístupní i značkovým výrobkům, pokud jsou za akční cenu. Jejich nákupní chování je zvykové, proto nakupují rychle a nakoupí jen to, co naplánovali a co opravdu potřebují,“ přiblížila J. Očadlíková. Přístup k nakupování předchozí skupiny zákazníků výrazně kontrastuje se zákazníky, kteří vyhledávají hodnotu, tzn. nejlepší poměr kvality a ceny. „Pro tento typ spotřebitelů je nakupování doslova radost a trochu

i rituál. Je pro ně typické, že si nákup detailně plánují, vyhledávají informace o produktech a rádi zkouší novinky. Chtějí udělat dobrý nákup poměrem kvality a ceny výrobků. Právě kvalitu v prodejně nakonec i upřednostňují a jsou ochotni si za ni i připlatit,“ prozradila dále J. Očadlíková. Žádné komplikace, nakoupit si vše potřebné především rychle a jednoduše, cena je téměř nedůležitá. Právě to jsou bezstarostní zákazníci a z Čechů je to dokonce každý pátý. „Kvalita výrobků a přehlednost jejich umístění je pro tyto zákazníky důležitá. Navíc chtějí maximální pohodlí. Obchodníci mohou lehce ztratit jejich důvěru, když u nich nenajdou potřebné a požadované zboží,“ uzavřela J. Očadlíková. Obchodníci si je naopak získají, když jim nabídnou vzorky výrobků na vyzkoušení.

(tz)



Jak efektivně využít čas

Dnes už vím, jak je volný čas vzácný a snažím se s ním co nejlépe hospodařit. K tomu, abych si udržela „worklife balance“, si stanovuji jasné cíle a mám přesnou představu o tom, co jim jsem ochotná obětovat. Věřím, že pouhý time management, i když je dobře zvládnutý, neřeší efektivní hospodaření s časem. Držím se pár pravidel: všechno důležité si zaznamenat. Jsem zastáncem

klasiky, a proto mám stále u sebe papírovou formu diáře. Je to sice trochu „oldschool“, ale prostě mi to vyhovuje. Pravidlo druhé: nebát se outsourcingu a delegace. Tohle pravidlo je hodně důležité. Získaný čas



Pavla Kolomazníková,
Channel Manager IT Distribution

můžu využít rozumnějším způsobem. Výkonnost není přeci přímo úměrná času strávenému v práci nad agendou nebo doma nad tekoucím kohoutkem. Jsou prostě situace, se kterými si kolega nebo partner poradí lépe. Efektivita tkví v tom, jak s časem umíte naložit. A nakonec, neztrácím čas čekáním. I když se občas nevyhnu posunutému termínu telekonference, během čekání vyřídím drobné úkoly a projdu si maily.

Především díky tomu mám vždy dostatek volného času věnovat se džiu-džitsu, zajít si s přáteli na dobré jídlo a v houbařské sezoně bloudit hodiny lesem. Jsem totiž vášnivý houbař, především když rostou.



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 váhy

23. 9. – 22. 10.

Novoluní

27. 9. 2011 13.11 hod.

V této době byste se měli zaměřit na své vztahy, které vám ovlivňují život. Vztahy je nutné mít v pořádku, protože by vám zbytečně ubíraly energii. Díky Saturnu ve vahách už vztahy řešíme delší dobu a ještě nějaký čas řešit budeme. Pak se planeta Saturn přesune do dalšího znamení a my začneme řešit jiné téma.

vaše Daniela

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

Hadr na nádobí

Je to vlastně chudák. S chutí ho odložíme, nejraději se ho nedotýkáme, utíráme jím špínu, drobky, cákance. Do ruky ho bereme se zápornými emocemi. Nejraději bychom ho ani neviděli, natož použili. Někdy se ho štítíme, rádi ho odhodíme, prostě ho nemusíme. Inu, jsou věci, které nám k srdci nepřirostou a jež se nedají pojmenovat jinak než tak, jak se jim říká. Hanlivě. Skoro odporně, odpudivě, nevábně, nehezky, ošklivě a nevoňavě. Třeba právě takový hadr na nádobí. No řekněte sami – dá se hadr na nádobí nazvat lépe? Jak by asi znělo: látka na nádobí. Třeba: Pepičku, podej mi látku na nádobí! Nebo: Kam jsem jen dala tu látku na nádobí? Rvalo by to uši. Ještě mne napadá jiná varianta – ubrousek na nádobí, chňapka na nádobí... Ani jedno není to pravé, spíš naopak. Otazníky narůstají za každým dalším výrazem, jímž se pokouším ozvláštňit ten ohavný předmět a přivést ho do říše vznešeného názvosloví, důstojného jména obecného k té každodenní všednosti. Nebo co třeba taková žínka na nádobí?

To zní ještě hloupěji. Jakápak žínka na nádobí – žínka je na mytí, ale lidského těla, pokud někdo takový nehygienický předmět vůbec ještě používá. Představte si situaci – přijдете do drogerie či domácích potřeb a hledáte, nenacházíte, i zeptáte se prodavačky: máte žínku na nádobí? Už vidím, jak se potutelně zády k vám směje, protože tak trhlou



otázku už dlouho od zákazníka nedostala. Přemýšlím: textilič, špínastranič, odpertextil, hapuch. Nemám šanci. Něco tak specifického a těžko s něčím jiným zaměnitelného jako je hadr na nádobí asi neexistuje. Za mých dětských let, kdy se šetřilo víc než dnes a každičká věc si musela čas, kdy skončí její životnost, tvrdě odpracovat, býval hadr na nádobí typické barvy a promiňte, že jdu do detailu, i nevůně. Není v kuchyni snad nic potupnějšího pro manipulaci, nepřijemného, ba až odporného, ale zároveň potřebného, jako je právě hadr na nádobí. Každý ho pozná, každý ho potřebuje, ale nikdo ho nemá rád a nikdo mu pěkně neřekne, nikdo ho nepochválí a nevysekne mu poklonu. Většina soudných lidí jím opovrhují, ale bez něj se neobejde. Ani dnes, v době programovatelných myček, roztodivných kartáčů, štětců a jiných mycích nástrojů se bez takového užitečného i nenáviděného pomocníka prostě bydlet nedá. Netuším, jaký vztah k této komoditě máte,

a nevím, jak se mu ve vaší domácnosti říká. Vlastně – jak jinak – hadr na nádobí. Co však vím, je, že ta věc u vás doma určitě existuje, neb nad její praktičnost vskutku není. Zmuchlanec prapodivného i jedinečného tvaru a duhy, kterou nenamíchá žádná paleta, který se vejde tak akorát do dlaně,

spocívá na kuchyňské lince na jednom místě dnes, byl tam včera a bude tam i zítra. Vědom si své nepostradatelnosti nabízí své služby důvěrného sluhu, který ví o každém vašem průšvihů a nešikovnosti. Je to ten, který pohotově pomáhá zahladit stopy po vašich překotných pohybech, decentně zasahujíc v okamžiku, kdy je drama na pořadu dne. Rozlitý čaj, mléko, ukápnutá omáčka, rozsypaná mouka. Chleba s paštikou nohama vzhůru, stopy po obalování řízků. Jo, panečku, kdyby tak mohl hadr na nádobí o nás vyprávět nebo psát humorné příběhy! Takový deníček Šedé eminence by jistojistě nabídl nespočet historek s dobrým koncem. Hadrové happy. Bývaly doby, kdy jsem se za hadr na nádobí styděla. Před návštěvami jsem ho ukrývala kdesi hluboko mezi hrnce, jen aby nestrašil někomu na očích. Po letech jsem změnila taktiku – když jsme čekali někoho známého, ten vysolichaný hadřík jsem vyhodila do odpadkového koše a ke dřezu narafičila úplně nový, nejlépe z bílého bavlněného trička, z něhož vyrostl nejmladší člen naší rodiny. Do třetice všeho zlého jsem ho nahrazovala pestrobarevnými hadry z umělých vláken, abych byla moderní. Trapné pokusy inovační mne nakonec přivedly zpět k praktickému konzervatismu – hadr na nádobí ze starého dětského pyžama je prostě nenahraditelný. Už se za něj nehanbím přesto, že mi vlastně dělá ostudu. Má prostě svou danou pozici, i když se tak blbě jmenuje.

Eva Brixi

dm děkuje za zodpovědnost

Lidé chtějí být ke svému okolí, přírodě, Zemi co neohleduplnější, protože si uvědomují nežádoucí ekologické důsledky moderní civilizace. Vstříc jim vycházejí některé moderní společnosti. S novou iniciativou právě přichází obchodní síť prodejen dm drogerie markt s.r.o. Hovořili jsme o ní s jejím jednatelem, panem Gerhardem Fischerem.

Vyzýváte zákazníky, aby mysleli na životní prostředí. Co tím myslíte?

V současnosti jsme odstartovali novou iniciativu, jejímž cílem je redukce odpadu. Chceme tím přispět k ochraně našeho životního prostředí a k zodpovědnému zacházení s obnovitelnými i neobnovitelnými zdroji naší Země. V prvním kroku bychom chtěli dosáhnout snížení spotřeby jednorázových nákupních tašek přibližně o 50 % a naučit naše zákaznice a zákazníky stejně jako naše spolupracovnice a spolupracovníky nakupovat do tašek, které lze používat opakovaně.

Jak chcete zákazníky motivovat k tomu, aby se chovali zodpovědně a plastovou tašku zdarma si nevzali?

Je tomu bezmála dva roky, co jsme se začali každého ptát, zda si přeje k nákupu tašku. Dáváme zákazníkům možnost volby. V srpnu letošního roku jsme se rozhodli všechny naše zákaznice a zákazníky, kteří se při svém nákupu zřekli dm plastové tašky vydávané zdarma, odměnit 10 eko-body symbolizujícími příspěvek ke snížení množství produkovaného odpadu a šetření přírody, které jsme jim připsali na jejich active beauty kartu. A od 7. září letošního roku přistupujeme k poslednímu kroku našeho nového konceptu tašek, a to ke zpoplatnění dm plastové tašky. Tzv. eko-příspěvek ve výši 1,90 Kč pak chceme investovat do atraktivní nabídky nákupních tašek určených k opakovanému používání. Pro věrné zákazníky připravujeme navíc nejrůznější aktivity, při kterých mají možnost získat praktické tašky výměnou za active beauty body. Právě

nyň nabízíme zákazníkům možnost získat dm pevnou nebo dětskou tašku pouze za 10 bodů.

V čem je vaše nabídka tašek, které lze použít opakovaně, atraktivní?

Naše rozšířená nabídka kvalitních bavlněných nebo pevných nákupních tašek, určených k opakovanému použití, je, troufám si říci, pro zákazníka dostatečně atraktivní. Velikost, design i zpracování všech těchto nákupních tašek odpovídá nejmodernějším požadavkům. Kromě bavlněných tašek mohou zákazníci vybírat mezi pevnou s.he taškou, která se hodí nejen na nákupy, ale také na nejrůznější setkání s přáteli, či taškou skládací, již snadno složí do kapsy nebo do kabelky. V případě dm bavlněné tašky můžeme dokonce říci, že tím, že si ji zákazník v dm jednou zakoupí, získá ji již navěky. Pokud totiž dojde k jejímu poškození, může ji v kterémkoliv dm kdykoliv vyměnit za novou.

Proč nejedete stejnou cestou jako ostatní retailéři, kteří vyrábějí tašky z biologicky odbouratelných materiálů?

Biologicky odbouratelné plastové tašky jsou zpravidla z velké části vyráběné z kukuřičného nebo bramborového škrobu, tedy z potravin. My používáme na výrobu našich plastových tašek recyklované materiály a šetříme tímto způsobem zdroje těchto potravin. Nedostatek potravin se právě v dnešní době stává opět aktuálním tématem v nezanedbatelné části světa; proto jsme toho názoru, že je příliš velká škoda používat potraviny pro výrobu nákupních tašek.



Gerhard Fischer

Co si od projektu slibujete do budoucna?

Headline, který provází celou naši komunikaci nového konceptu tašek v dm, zní: „Děkujeme za vaši zodpovědnost.“ Pevně věříme, že tím podpoříme a zesílíme povědomí zákaznic a zákazníků o tématech, jakými jsou snižování odpadů, jejich třídění a opětovné využití surovin. I v budoucnu hodláme rozvíjet a podporovat zajímavé aktivity, které přimějí naše zákaznice a zákazníky zřít se jednorázových plastových tašek a upřednostnit při nákupu tašky, které lze použít opakovaně. A věříme, že náš vytyčený cíl snížit spotřebu jednorázových tašek na polovinu na sebe nenechá dlouhou čekat.

za rozhovor poděkoval Pavel Kačer

On-line přístup k výpisu má už 100 000 klientů ZP MV ČR

Už více než 100 000 klientů Zdravotní pojišťovny ministerstva vnitra ČR (ZP MV ČR) vlastní Kartu života, a má tak on-line přístup k výpisu ze svého zdravotního účtu. „Pouhé dva roky stačily k tomu, aby si Kartu života zřídilo více než 10 % našich pojištěnců,“ uvedl generální ředitel ZP MV ČR Jaromír Gajdáček. Majitelé Karty života, kteří chtějí mít přehled o ceně jejich zdravotní péče, nejsou nuceni žádat písemně svoji pojišťovnu o výpis z účtu jedenkrát ročně. Mohou informace o svých návštěvách lékaře, vyšetřeních, operacích, laboratorních testech, předepsaných lécích a všech cenách sledovat průběžně, v jakýkoliv čas, kdykoliv v roce. „Klienti se stále více zajímají o to, kolik stojí jejich zdravotní péče. A my jsme rádi, že jim můžeme tuto informaci nabídnout on-line, aniž by nás museli písemně žádat o zaslání výpisu,“ konstatoval Jaromír Gajdáček. „Letos jsem byla jen na běžných kontrolách u dvou lékařů, jednou

mi udělali laboratoř, předepsali léky a dvakrát jsem byla na plombě. Zajímalo mě, kolik to mohlo stát. Mrkla jsem na počítač a zůstala v šoku – přes dvanáct tisíc! Ani ve snu by mě nenapadlo, že to může být tolik.

Rychlé informace pro záchranku

„Díky Kartě života mohou důležité informace o zdraví našich klientů získat ve chvíli i lékaři záchraně služby. To jim v případě ohrožení pacientova života výrazně usnadní potřebný zásah,“ doplnil J. Gajdáček. „Člověk nikdy neví, co se může stát. Já jsem diabetik, třikrát denně si píchám inzulín. Myslím, že tohle by o mně měli doktoři vědět, kdyby se mi něco stalo,“ prohlásil jednašedesátiletý klient ZP MV ČR z Prahy.

Zapomnětlivcům pomůže mobil

Pokud si pacient nemůže u lékaře vzpomenout např. na název užívaného léku nebo na datum důležité operace, stačí poslat SMS zprávu ve tvaru Kz a odeslat ji na číslo +420 725 442 121. Během pár vteřin mu dorazí odpověď se všemi důležitými údaji.

(tz)

Podzim a zima zn. Osmany Laffita

Podzim je vlastně tady – nevchází jen do našich duší, košíků s houbami a parků se spadáným listím. Otevírá naše šatníky, aby napověděl, čím se lze inspirovat na další půlrok. Co nabízí smělý kreativce a usměvavý tvůrce Osmany Laffita svým gejírem nápadů právě na období podzim–zima 2011–2012? V jeden všední předprázdninový podvečer jsme si to mohli prohlédnout před pražským Rudolfinem.

„Pražská architektura je snem pro pozadí přehlídek. Existuje tolik míst, kde by se dala postavit úžasná show, že nemohu pochopit, jak může někdo prezentovat svou kolekci v hotelu,“ obhájí svůj názor na módní přehlídky Osmany Laffita. „V mé zemi, na Kubě, trávíme s ohledem na počasí nejvíce času venku a vlastně, když se nad tím zamyslím, mnoho mých přehlídek bylo také venku, což celkem dobře funguje, protože móda je dělaná pro ulici.“

Nejenže je Osmanyho ženský look pro zimu 2012 více minimalistický, má i volnější střihy než předchozí kolekce. „Mám tendence dělat střihy obepínající tělo, ale móda je o změně, takže jsem se přinutit trochu experimentovat a potlačit své zábrany,“ řekl Osmany. Délka pouzdrové sukně je malinko



nad kolena, ale vždy přítomné krátké šortky kombinované s vlněnými punčochami dodávají mladistvý vzhled. Dominantními barvami kolekce jsou smetanová, barva velbloudí srsti, karamelová a čokoládová. Dále jsou ještě přítomny šedá a černá. Výběr barev dodává kolekci pokojný a harmonický pocit. „Také jsem se pokusil zdokonalit tuto zimní kolekci kombinováním látek, kůží a kožešin s úpletem. Úplet je hodně přítomen v mé

nadcházející módní linii pro rok 2012, takže buďte hodní na své babičky, ještě se bude hodit, aby vám upletly zimní svetr,“ smál se Osmany. Výrazným prvkem kolekce jsou totiž ručně pletené roláky a rukávy omlazují klasiku. Malá boletka a paleta ve stylu Jackie Kennedy-Onassis jsou nošena přes minimalistické šaty nad kolena do tvaru

písmene A. Plyš, kožešina a kůže podstupují jemné změny. V kolekci jsou všudypřítomné, avšak zdaleka ne jako kompletní oděv. Jde spíše o aplikace, které pod kontrolou dodávají dílu mladistvý 3D efekt. Módní linie je zdůrazněna nadměrnými oválnými pásky v pasu. Boty jsou stejně extravagantní jako vždy; 13centimetrový podpatek, polokruhová špička, skrytá platforma, lodička a kotníková vysoká bota jsou přítomny v různých barvách v kombinaci s kůží a semišem. Obnovený look mafiánských bot z 30. let, jejichž pohodlnější verze bude na podzim dostupná v síti



Osmany Laffita

prodejen Salamander, kde na jaře Osmany začal prodávat svou kolekci bot Osmany Laffita City, jak pro muže, tak pro ženy. Pánská módní linie pro zimu 2012 je také méně strnulá. „Ženy nejsou jediné, kdo se chce cítit a zároveň vypadat dobře,“ sdělil Osmany. „Čím dále méně mužů, i třeba špičkových bankéřů, chce nosit kravaty a cítit se celý den jako ve svěrací kazajce. Saka nabývají dojmů, že jsou nošena na svetrů na zip, zatímco ve skutečnosti jsou vyrobená z jednoho kusu, takže je lze nosit přes košili, což dodává mladistvější a dynamičtější švih. Pánská obuv je také zmodernizovaná „Bonny a Clyde“ styl. Osmany se vyvíjí z couturiera na módní dům. Dioptické a sluneční brýle jsou dostupné ve vybraných optikách po České a Slovenské republice, kolekci obuvi Osmany Laffita City lze pořídit ve vybraných obchodech společnosti Salamander. A posledním dodatkem v linii produktů je sklo Osmany Laffita Crystal. „Nedávno jsme spustili novou řadu skleniček na šampaňské, bílé a červené víno a vodu,“ vysvětlil Osmany. „Stejně tak, jako je v České republice dlouhá tradice ve výrobě obuvi, je zde také obrovská odborná znalost ve výrobě skla. Spojil jsem se s uznávanou sklárnou Května, abych mohl představit svou první kolekci skleniček inspirovanou krajkou.“

(tz, rix)

foto archiv Osmany Laffita a Martin Šimek

