

P R O S P E R I T A

Madam Business®

**Marcel
Winter**

**Mám k vietnamským
ženám úctu**

str. 1, 10–11

**rozhovor měsíce s Marcelem Winterem,
předsedou Česko-vietnamské
společnosti**

...a zkušenost

Eva Bixi

Slova píší básničky
Tvoje ruce přesmyčky
Slychám cosi o příměří
To však není
Oč tu běží
Na citáty slavných nemám čas
Raději chci slyšet jen tvůj hlas
Už jsem přece jenom velká holka
Nebere mě dětská školka
Něco umím
Více než znám
Šikovná jsem Napovídám občas hvězdám
Tobě šeptám Že to nevzdám

Jenže Jak
Aby černé divadlo
Odhodilo frak
Ať to bude zase tak
Nějak



Jubilejní 50. prodejna CCC otevřena na Hlavním nádraží v Praze

Společnost CCC BOTY CZECH, která působí na českém trhu od roku 2005, otevřela svou jubilejní padesátou prodejnu. Obuv pro ženy, muže a děti na všechny sezony i příležitosti pod hlavičkou CCC si mohou zákazníci nově koupit v horní pasáži pražského Hlavního nádraží.

„Prostor Hlavního nádraží je pro nás ideální, neboť nabízí nákupní potenciál až desítek tisíc návštěvníků denně. Zároveň je to výrazné místo, které se skvěle hodí právě pro 50. prodejnu a pro propagaci značky CCC Boty,“ vyjádřil se k tomu Roman Puchala, jednatel společnosti CCC BOTY CZECH. Padesátou prodejnu najdou zákazníci v prvním podlaží vedle parfumerie Sephora a naproti obchodu Orsay. Nabízí prodejní plochu 310 m² a kompletní kolekce obuvi i kabelek značky CCC. Na podzim 2011 budou její otevření podporovat také slevové akce na připravovaných facebookových stránkách.

„Chceme pokračovat podle plánu bez ohledu na obecnou hospodářskou situaci. Během tří nebo čtyř let bychom rádi dosáhli počtu 65 až 70 poboček po celé zemi,“ vysvětlil Roman

Puchala. V roce 2010 dosáhla společnost CCC Boty obrátů téměř půl miliardy korun a zaznamenala tak 33% nárůst obrátů oproti předchozímu roku. Za šest let na českém trhu se společnost CCC podařilo expandovat do všech krajů kromě Vysočiny, kde je plánováno otevření prodejny do roku 2012. Jenom v Praze najdou její zákazníci osm prodejen, v Brně sedm, zastoupena je i v menších okresních městech, jako je například Opava, Prostějov či Kolín. Prodej v CCC je založen na principu „house of brands“, spočívající v nabídce mnoha značek pod jednou střechou.

V drtivé většině je prodej uskutečňován s vlastní značkou (mj. Lasocki, Clara Barson). Prodejny CCC se nachází ve velkých a středních městech (více než 30 tisíc obyvatel) a jsou umístěny ve velkých obchodních centrech nebo retailových parcích u důležitých komunikačních tahů v prestižních městských lokalitách. Standardní plocha vlastních prodejen je mezi 300–500 m².

(tz)

O návratu ke kořenům kvality

O kvalitě a jejím filozofickém kontextu by se dalo možná dlouze diskutovat, co odborník, to jiný názor. Jedním ze specialistů, kteří jsou s uvedeným pojmem spjati, a také s pedagogickým působením na vysokých školách, a má i řadu dalších aktivit manažerských a podnikatelských, je prof. Ing. Růžena Petříková, CSc. „mimo jiné“ ředitelka a jednatelka společnosti DTO CZ, s.r.o. v Ostravě. Je to žena (ostatně její křestní jméno má slovíčko žena v sobě obsaženo), s níž se setkat znamená položit si vzápětí řadu otázek.

Zda-li to, co člověk dělá, stačí, a zda by se neměl dát cestou plnější, prospěšnější, prostě zvládnout toho více i v dalších souvislostech. Růžena Petříková je totiž odborník, který věří životu a propojení vize, píle i krásy nového. V tom dnes a denně nachází své já, vlastní seberealizaci. A v touze poznávat hodnoty dokáže právě hodnotám dát rozměr četnosti, spatřovat v nich smysl. Ne nadarmo a patrně osudově si vybrala cestu pedagogického působení na vysokých školách, aby své poznatky mohla nést i mladší generaci. Nejen proto figurovala mezi osobnostmi prestižní soutěže Manažer roku, nejen proto se zařadila mezi ženy, o nichž je slyšet tehdy, když jde o nové myšlenky, názory, přístupy. Ale není to jen teorie na akademické půdě – vždy se snaží o důsledné propojení teorie s praxí, i o to, aby si studenti či představitelé firem uvědomili podstatu hledání a jeho význam pro život člověka. Na našich stránkách jste se s Růženou Petříkovou setkali již několikrát; dovoluji, abychom ji pozvali dál i tentokrát...

Jste osobností, která se nebojí nových výzev, ba naopak. Vyhledáváte je vlastně celý život. S letošním říjnem jste spojila pedagogické působení na novém pracovišti, kterým je soukromá vysoká škola. Jaké zkušenosti a poznatky a v jakém oboru zejména byste je ráda studentům předala?

Poprvé ve své dlouholeté praxi VŠ pedagoga (na své Alma mater – VŠB-TU Ostrava a UTB Zlín), které jsou státními univerzitami, jsem se na základě mnoha mimořádných okolností, spojených s jistým sentimentem rozhodla ukončit své zhruba 10leté působení na UTB ve Zlíně a zapojit se do zajímavých reforem v rámci vybraných programů jedné ze soukromých VŠ neuniverzitního typu. Více detailů o těchto záměrech jistě prozradí

Je totiž dostatečně známo, že vedle adekvátních odborných znalostí evropští zaměstnavatelé stále častěji vyhledávají absolventy vybavené pověstným selským rozumem, kreativitou a podnikatelským duchem, loajalitou a odpovědností.

zástupci vedení – rektor a jeden z jejich vlastníků, kteří připravili samostatný článek o soukromém školství do říjnové Prosperity. A co se týče těch předávaných zkušeností – zde zůstanu věrná moderním oblastem podnikového řízení, zejména pak oblasti řízení lidí/pracovníků, kteří jsou klíčovými nositeli kvality, znalostí a podnikových výkonů. A především v tomto směru bych ráda byla nápomocna – a také jsem moc zvědavá, zda platí zkušenost posledního období, že ve svobodně fungujících společnostech jsou soukromé univerzity úspěšnější než státní – protože hodnota jejich vzdělání je známa a vyčíslitelná. Kvalita bez hodnoty není kvalitou, ale spíše ztrátou času, peněz i energie.

Co podnikání dnes u nás nejvíce chybí?

Z dlouhodobých zkušeností pedagoga, ale především z vlastní praxe ředitele společnosti poskytující vzdělávání a poradenské aktivity pro manažery a podnikatele (DTO CZ, s.r.o., dříve Dům techniky Ostrava) jsem přesvědčena o tom, že jedním ze základních problémů je kvalita procesů v řízení i podnikání a její měření, přičemž bych jedním dechem pokračovala, že u excelentních společností se nejedná o žádnou velkou vědu, ale spíše o poctivý a odpovědný



prof. Ing. Růžena Petříková, CSc.

přístup jednotlivců i pracovních týmů, jednoduše řečeno, o cestu slušnosti. A takto vybaveni by měli vstupovat do praxe i naši mladí podnikatelé a manažeři. Je totiž dostatečně známo, že vedle adekvátních odborných znalostí evropští zaměstnavatelé stále častěji vyhledávají absolventy vybavené pověstným selským rozumem, kreativitou a podnikatelským duchem, loajalitou a odpovědností. A připravit takto vybavené podnikatele a manažery si vyžaduje kvalitní vzdělání, které se stává jednoznačně klíčovým předpokladem dalšího ekonomického růstu, což připouští čím dál tím častěji i naši vládní představitelé.

Velkou část vašeho know how, jak jste naznačila, zaujímá kategorie kvality a podnikového řízení. Kvalitu a její poslání v praxi firem a institucí prosazujete a vysvětľujete prostřednictvím řady aktivit, ostatně za ně jste obdržela historicky první Cenu Anežky Žaludové za mimořádný osobní přínos k rozvoji a aplikaci péče o jakost v ČR. Jak je třeba tento fenomén vlastně dnes vnímat?

Obecně lze hovořit o nové poloze vnímání kvality, někteří odborníci kvality hovoří o návratu ke kořenům kvality. Řada lídrů ze soukromého i veřejného sektoru věří, že se podaří opět prosadit jako hlavní rozhodovací element právě kvalitu. Někteří z nich mají totiž trpkou zkušenost z minulého období krize, kdy se snažili ušetřit a škrtili náklady za cenu volby méně kvalitních technologií – těch se pak dopad hospodářského poklesu dotkl zdaleka nejvíc. Naopak, vítězi byli ti, kteří i přes momentální potíže volili technologii s vysokou přidanou hodnotou a vysokou kvalitou. A opět je zcela na místě připomenout, že kvalita bez přidané hodnoty není kvalitou, ale ztrátou času (invence, entusiasmů), peněz i vynaložené energie. Slovy známého ekonoma prof. Milana Zeleného „Kvalita, která není umístěná a zapojená do procesu uspokojování zákazníka, není kvalitou, stejně jako přidaná hodnota bez odpovídajícího hodnotného uplatnění není hodnotou, ale spíše ztrátou pro společnost“.

otázky připravila Eva Brixl

více o Vysoké škole podnikání v Prosperitě na str. 5 a 7

Chytře a efektivně seřadit, a především plnit



Bc. Agnes Šmýrová

Rozvíjení a urychlování inovačních procesů ve firmách v rámci havířovské GASCONTROL GROUP, často za spolufinancování z dotačních fondů EU, není pro zakazníky GASCONTROL, společnost s r.o., GASCONTROL PLAST a MATEICIUC i odbornou veřejnost žádnou novinkou.

Totéž však již nelze říci o významné roli žen, které za tuto prioritní oblast v rámci GASCONTROL GROUP odpovídají. Patří k nim zejména Bc. Agnes Šmýrová, manažerka pro koordinaci inovačních projektů, kterou jsme požádali o rozhovor:

Jak by se dalo stručně charakterizovat ono široké spektrum inovačních aktivit v rámci seskupení a co je jejich cílem?

Výzkum, vývoj a inovace mají ve skupině GASCONTROL GROUP strategické přední místo. Hlavním cílem je rozšiřování a rozvoj podnikatelských směrů ve společnostech v rámci tohoto seskupení. V inovacích vidíme možnost prosazovat se na českých, ale obzvláště na zahraničních trzích, kde nové technologie a nová řešení vytvářejí dobrou konkurenční pozici. Ze zkušeností již víme, že inovační kroky jsou nutností při rozvíjení firmy a pro zajištění její další existence. Proto věnuje inovacím velkou pozornost.

V čem především spočívá vaše role koordinátora?

Role koordinátora projektu je v každé firmě, která projekt řeší, klíčová. Koordinátor vede projekt od přípravy, realizaci až po jeho ukončení po stránce legislativní a administrativní. Projekt obsahuje rozsáhlou agendu, která slouží k jeho monitorování i jako podklad pro specifikaci žádosti o dotace. Velmi důležité je období udržitelnosti projektu, které nastává po jeho ukončení. Teprve tehdy se totiž obvykle prokazuje úspěšnost celého díla.

Příprava konkrétního projektu a absolvování všech organizačních a administrativních kroků není vůbec jednoduchou záležitostí. Jak se s tím dokážete poprat?

Příprava projektového záměru v naší společnosti je týmovou prací. Tak široké spektrum odborných a specifických úkonů nemůže připravovat jeden člověk. Pro každý projekt je jmenován řešitelský tým v čele s vedoucím projektu, který zajišťuje vše od přípravy až po ukončení. Koordinátor projektu je v podstatě členem týmu. Zpracovává a vede výsledky řešení nejen po dobu přípravy a realizace projektu, ale i po jeho ukončení. Koordinuje spolupráci se spoluřešiteli, dodavatelskými organizacemi a ostatními činnostmi v zájmu komplexního řešení, které musí probíhat podle podmínek schválených poskytovatelem dotace.

Projekty spolufinancované z fondu EU patří v tomto směru k nejnáročnějším, jak ve fázi příprav, tak i samotné realizace, pokud je schválen. Na co vše musíte striktně dohlížet?

Zásadně dodržujeme podmínky poskytnutí dotace se všemi náležitostmi a přílohami, kterými se po celou dobu projektu řídíme. Striktně se musí dodržet splnění všech závazných ukazatelů, které jsme si v projektu stanovili. Ty jsou tabu a diskutujeme pouze o tom, jak jich co nejlépe a maximálně efektivně docílit.

Když někdy, jak se říká, hoří termíny, dokážete být i patřičně tvrdá na své kolegy?

Řešení projektu je vždy náročné, protože se tvoří „něco nového“. Vzhledem k této náročnosti se v týmu snažíme o vzájemný respekt a vstřícnost. Doposud se nám podařilo úspěšně ukončit několik projektů, a to díky dobré komunikaci a vzájemné spolupráci v řešitelském týmu v čele s vedoucím projektu.

Musíte často skládat účty ze své agendy vedení společnosti?

Při řešení náročných projektů to jinak ani nejde, než projednávat a předkládat agendu vedoucím projektu, respektive vedení společnosti k průběžným kontrolám a schvalování. V konečném důsledku jsou to podklady pro monitoring, žádosti o dotaci a splnění závazných ukazatelů projektu.

Bývají to ostrá jednání?

Bývají to jednání především „k věci“. Řešení projektu – to nejsou jenom peníze z dotace. Skrývá se za tím mnoho mravenčí, náročné a odpovědné práce a spousta času pro dosažení výsledků, mnohdy opakovaně. Snažíme se být tvrdí především sami k sobě, abychom uspěli. Zní to možná jako klišé, ale každý, kdo to prožil, o tom ví své ...

Které z projektů spolufinancovaných EU v současnosti běží a které se připravují?

V letošním roce jsme úspěšně ukončili projekt INOVACE – „Realizace soustrojí pro paroplynový cyklus do výkonu 50 kW spalováním nízkokalorických plynů, např. bioplyn“. V současné době realizujeme projekt EKO ENERGIE – „Energetická úspornost výrobního areálu společnosti GASCONTROL“, dále je to projekt INOVACE Výzva II – „Odorizační stanice tlaková“ a v programu NEMOVITOSTI „Rekonstrukce objektu“ provádíme rekonstrukci starého objektu pro nové výrobní prostory. Očekáváme vyhlášení nových výzev programů EKO ENERGIE a NEMOVITOSTI, na něž budeme jistě reagovat. V oblasti výzkumu a vývoje jsme se pustili v programu ALFA do projektu „Výzkum a vývoj zařízení pro zvyšování energetické účinnosti a snižování emisí spalovacích motorů přidáním vodíku ve spalovacím procesu“. Se zájmem samozřejmě očekáváme nové programové období od roku 2014.

Co vám osobně nejvíce pomáhá k úspěšnému završení všech každodenních pracovních předsevzetí?

Po zkušenostech si stanovuji pracovní úkoly prioritně podle termínů a důležitosti. Mnohdy však přijde období – což asi poznal každý manažer – kdy jsou najednou všechny úkoly prioritní. V takovém případě je třeba je chytře a efektivně seřadit, a především plnit.

rozmlouval Jiří Novotný



Samí muži

Kolem nás se odehrávají příběhy a epizodky, náhodná setkání, legrácky, aniž někdy tušíme. Také běh událostí označujeme za náhody, osud, vyšší moc. Nevím, jak to vlastně vzniklo, ale tentokrát se nám v Madam Business sešli na stránkách převážně muži – akťerí rozhovorů, jako by to byli právě oni, kteří si přejí být slyšeni. Ale tak tomu dozajista není – netušili, že jsme si je v našem redakčním týmu vybrali a že budou figurovat vedle sebe a promlouvat ke čtenářské obci převážně dámského složení zrovna v říjnu. Kdoví, možná ta převaha bude tím napínavější, možná vzbudí kýženou pozornost. Ženy jsou auditoriem pozorným a vnímavým a také dokáží ocenit, pokud jim muži sdělují něco nového s patřičnou noblesou. V posledních měsících jsem se setkala s několika příslušníky rodu mužského, jejichž vidění světa umocnilo můj optimismus a touhu nevzdávat se na mé malé cestě hledání hodnot. Uvědomila jsem si, že vztahy profesní, přátelské, partnerské či nahodilé mají jedno společné – myšlením opačného pohlaví člověk lépe poznává i posiluje sám sebe. A tak, milé čtenářky (ale i naši čtenáři, samozřejmě), ponořte se do myšlenek, které vám budou potěšením, poznáním i odpovědí, příležitostmi, jak obohatit paletu informací, již disponujete. Ať je vám při tom příjemně.

vaše Eva Brixi



Tip Grady

Chcete, aby při vašem proslovu lidé se zaujetím a pozorně poslouchali? Chcete, aby byli překvapeni, jak rychle jim uběhl čas během vašeho vystoupení? Chcete, aby vás následně odměnili zaslouženým potleskem? Díky této knize výborně zvládnete proslovy a prezentace při různých příležitostech, ať už půjde o představení produktu, zahájení konference nebo řeč na svatbě či narozeninách. Kniha je plná praktických tipů, komentářů, příkladů projevů a zkušeností profesionála.

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.reginakosmetika.cz	 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.coop.cz
 www.cetelem.cz	 www.economy-rating.cz	

Prosperita Madam Business

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 5, říjen 2011

Vydává RIX, s. r. o., Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9, pod vedením PhDr. Evy Brixi-Šimkové
e-mail: brixix@prosperita.info, mobil: 602 618 008
obchodní ředitel Martin Šimek, mobil: 606 615 609
design: Věra Vinterová a Karel Švihel
zlom: Karel Švihel, korektury: Mgr. Pavla Rožničková
tisk: Moravská typografie, distribuce: 5P Agency, www.madambusiness.cz
Placené textové materiály jsou označeny grafickým symbolem



Poroste úloha komunikace firem, institucí a veřejnosti?

►► **Natálie Lorencová**
tisková mluvčí Henkel ČR

Význam komunikace dlouhodobě narůstá a bude i nadále sílit. Správně a včas poskytnuté informace jsou a vždy budou důležitým nástrojem k budování a udržování vztahů s okolím. Čím dál důležitější je však vést komunikaci moderními způsoby, což v současné době například znamená zaměřit se mnohem více na vedení dialogu, mít zpětnou vazbu, získávat názory a postřehy veřejnosti, jednotlivých skupin i jednotlivců a co neefektivněji k této obousměrné komunikaci využívat moderní komunikační kanály a nástroje. V současnosti tak rapidně roste především význam sociálních médií, komunikačních serverů a komunikace prostřednictvím blogů.



Co oceňujete na podnikatelkách a manažerkách?

►► **Jaroslav Lukáš Kříž**
jednatel a ředitel Effectix.com s.r.o.

Přínos žen v obchodě a podnikání je nesporný. Dokážou se na problém podívat zcela jinýma očima a jejich element pak může vyřešit řadu zdánlivě obtížně zvládnutelných situací s lehkostí jim vlastní. Rovněž i nepříjemné zprávy od nich vnímáme daleko lépe, než kdyby je autoritativně, byť asertivně, prohlásil manažer. Je to jeden z důvodů, proč mají ženy v obdobných pozicích přednost a raději zaměstnáme obchodnici než obchodníka. Ačkoliv může být u nich dojem loajality jen zdánlivý, jejich měkký přístup k věci a flexibilita je často rozhodující, přestože se na danou pozici hlásí muž s lepšími výsledky nebo zkušenostmi. A nakonec si ceníme, jak dokonale odhadnou osobnost protistrany a okamžitě vědí, kdo v rámci obchodního jednání proti nim stojí. Tato startovací výhoda pak téměř rozhoduje o výsledku obchodu.

Informace do kabelky

Braunoviny využívají iPadu naplno

V AppStore jsou od září zdarma ke stažení Braunoviny, měsíčník pro lékaře, sestry, management nemocnic a další zdravotníky. Nejde ale jen o kopii tištěné verze. Braunoviny ve verzi pro iPad obsahují videoreportáže, animace produktů a řadu dalších multimediálních prvků. Během čtení překvapí řada příjemných maličkostí – i klasické články například obsahují galerii fotografií, na nové číslo Braunovin čtenáře upozorní zpráva, stará vydání se automaticky archivují v knihovně. Čtenáři Braunovin tak dostali mimořádně kvalitní, uživatelsky přívětivý a technologicky téměř bezkonkurenční elektronický zdroj informací, který je navíc nebude stát ani korunu. „O elektronické verzi časopisu jsme měli poměrně jasnou představu: chtěli jsme, aby Braunoviny na iPadu měly atraktivní obsah i uživatelské rozhraní, dobrou čitelnost a optimální velikost dat, aby uživatel nebyl obtěžován stahováním příliš velkého vydání,“ sdělil člen vedení Skupiny B. Braun Petr Macoun. Braunoviny jsou přehledně členěny do několika rubrik: od hi-tech zdravotnické techniky, přes nejnovější trendy v medicíně, rozhovory s odborníky, nabídku seminářů a workshopů (samozřejmě s okamžitou možností on-line přihlášení), až třeba po odpočinkové téma cestování. Aplikace je zařazena v obchodě AppStore pod vlastním názvem Braunoviny. Stáhnout si ji mohou všichni uživatelé AppStore pro zařízení Apple iPad a iPad2. B. Braun již dnes slibuje podporu příštích generací iPadu do 30 dnů po uvolnění nového modelu. Přizpůsobení časopisu platformě společnosti Apple dokáže využívat v podstatě všech jejich možností.

(tz)

Voda

Eva Brixi

Pramínek živé vody
Skočil mi do nádoby
Jsem hříšná Eva
A proč ne
Jablka nasypal pánbůh
Pod strom vedle mne
Svěcená čirá mokrá je
Chladivá
Když dlaň dychtivá
Rychlými vzdechy
Rozkoš z magické studny nabírá



foto Kamil Varcoller

České výrobky jsou doma stále žádanější

Domácí produkce to nemá na trhu lehké a u Čechů předem vyhrané. Musí spotřebitele přesvědčit vysokou kvalitou a dobrou cenou, a přitom svádět konkurenční boj s dováženým, často dotovaným, zbožím. Po otevření trhu a přechodném „okouzlení světovou nabídkou“ mohou zákazníci srovnávat a stále častěji vybírají produkty „s trikolórou“. Více se dozvíte v rozhovoru s Ing. Leo Kolečkářem, ředitelem společnosti Český výrobek s.r.o.

Domníváte se, že domácí spotřebitelé i investoři jsou stejně jako Němci nebo Francouzi hrdí na výrobky vlastní země a nakupují „česky“?

Ano, máme rádi české výrobky a dáváme jim přednost, pokud víme, že jsou skutečně vyrobeny v ČR. Říkají nám to i průzkumy, kde pravidelně od roku 2006 sledujeme vývoj spotřebitelských preferencí. A protože se tento výzkum koná na velmi široké základně (15 000 dotazovaných ročně, výzkumy provádí agentura MML TGI, Median), je poměrně reprezentativní. Podíl osob, které dávají přednost českým výrobkům, je poměrně stabilní a pohybuje se mezi 42 % až 45 %, v posledním dostupném období v první polovině roku 2011 podíl dosáhl počtu 47,12 %. To znamená, že českým výrobcům přibýlo za rok zhruba 200 000 nových potenciálních zákazníků, kteří dávají přednost českým výrobkům (viz graf). Ano, je pravda, že je u nás velmi silná skupina zákazníků, kteří dávají přednost nízké ceně,

ale růst skupiny těch, kteří preferují české výrobky, je pro nás příjemným zjištěním. Německý nebo francouzský zákazník má za sebou výhodu delší cesty vývoje, a jsme rádi, že ten český vykročil stejným směrem.

Jak byste hodnotil podporu českého zboží ze strany veřejných institucí? Nemáte pocit, že naši politici a úřady se k ní spíše obracejí zády, než aby na ní sbírali voličské hlasy?

Vzhledem k tomu, že jsme členové Evropské unie, je pro veřejné instituce a některé naše politiky obtížné a někdy nemožné vyjadřovat podporu českým výrobkům. Velmi mě proto těší vyjádření našeho pana prezidenta Václava Klause a jeho návštěvy a podpora českých výrobců. Na druhé straně programy na podporu „takzvaných českých výrobků“ jsou pro společnost a spotřebitele často matoucí, neboť ve svých regulích neobsahují zásadní podmínku a to, že by se výrobky měly vyrábět v naší republice nebo že by měly

obsahovat české suroviny, pokud je to možné, natož aby tyto skutečnosti někdo na místě výroby kontroloval. Tyto instituce se potom mohou tvářit, že podporují české výrobky, ale pouze zasvěcení vědí, že je to jinak.

Hodnota českého výrobku však nespočívá jen ve mzdě, kterou dostane náš zaměstnanec za práci. K celkovému přínosu pro naši ekonomiku je třeba připočítat i daně, které zaměstnanec odvádí, sociální a zdravotní pojištění,

a daně a sociální a zdravotní pojištění, které platí výrobce. Toto všechno jsou velké peníze, které se při koupi zahraničního výrobku do ekonomiky nevrátí. Takováto vyjádření od našich politiků mi zatím chybí.

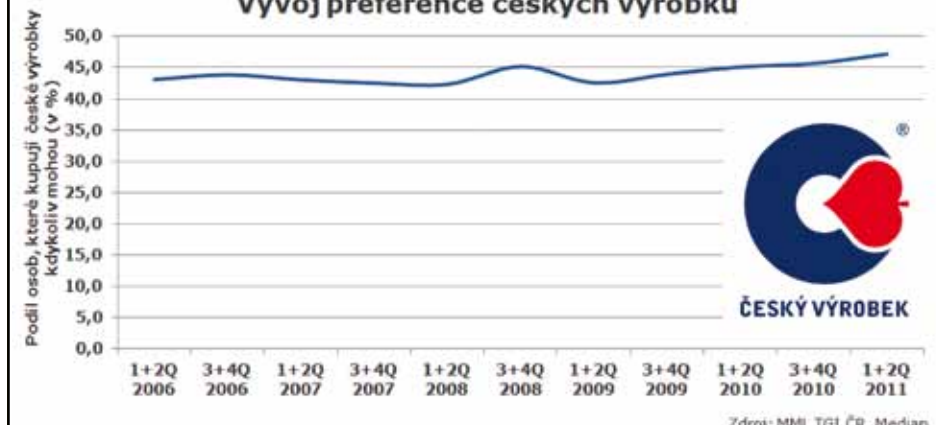


Zájem českých výrobců, doplněný aktivitami jejich sdružení, se stále víc orientuje na zviditelnění domácího zboží, na vytvoření u zákazníků „krátkého spojení“, že české znamená kvalitu, nejen práci pro naše lidi. Můžete vyjádřit, jak do toho zapadá projekt Český výrobek s.r.o.? Dokáží podobné programy na podporu tuzemské produkce vystupovat synergicky a spolupracovat?

Přestože je naše značka udělována jako značka původu, nemůžeme si dovolit, abychom ji poskytovali na výrobky nekvalitní, nebo dokonce nebezpečné. Vyžadujeme proto po každém výrobcu aktuální certifikát nebo



Vývoj preference českých výrobků



Zdroj: MML TGI ČR, Median

doklad třetí strany o tom, že jejich výrobky jsou bezpečné, nezávadné nebo mají nějaký stupeň kvality. Porušení těchto podmínek by vedlo k odebrání značky a případně i smluvní pokutě uvedenému výrobcí a jsme rádi, že se něco takového nestalo. Jak uvádím výše, některé programy jsou zaměřeny na sledování takzvané kvality a tváří se tak, jako by podporovaly české zboží, ale „českost“ v podmínkách to nemají. To znamená, že značku mohou dostat i zahraniční výrobky a bude to podle jejich pravidel v pořádku. V pořádku to ale není ze strany vnímání zákazníků, protože ti v tom mohou mít pěkný chaos.



Na druhé straně proklamované sledování kvality je hodně problematické a nevím o tom, že by byla značka „kvality“ odebrána například balené minerální vodě s překročeným obsahem infekčních bakterií nebo dětským přesnídávkám s pesticidy, jak se v minulosti stalo. Což by tuto značku asi v zahraničí degradovalo, ale vzhledem k tomu, že je štědrě mediálně podporovaná cca 200 mil. ročně z kapes daňových poplatníků, tato značka dál žije. Reklama tyto skutečnosti zkrátka přebije. Na tomto poli nás čeká ještě spousta práce, jsme rádi, že kráčíme stále stejným směrem a že výrobci se na nás mohou spolehnout.

Co pokládáte za největší přínos a dosavadní úspěch ve své činnosti a kam dál chcete směřovat pozornost?
Od začátku naší činnosti jsme soustředili

pozornost na zákazníka, aby měl jasné vodítko, na které se může spolehnout, pokud chce koupit český výrobek. Abychom toho dosáhli, museli jsme stanovit pravidla (na základě právního rozboru prof. Hajna z Masarykovy univerzity v Brně), ty přísně a na místě výroby kontrolovat a třeba postihovat výrobce za jejich nedodržování. Sjednocujeme výrobce potravinářských i nepotravinářských výrobků pod jednou značkou tak, aby se zákazník právě podle této značky mohl rozhodnout. Česká republika je příliš malý region, aby se zde uživilo bez dotací více značek, a my, protože pracujeme bez dotací, můžeme dát i výrobcům záruku že neskončíme, jakmile nějaká dotace skončí.

My pokračujeme a rostoucí počet výrobců, kteří používají naše logo, je pro nás velkou zodpovědností. Na naše logo s lipovým listem se můžete spolehnout. Takže to, co přinášíme, je vize – podpora českých výrobků, které se skutečně v ČR vyrábí, dále smluvní pravidla a jejich kontrola na místě výroby a v neposlední řadě podpora výrobků a výrobců zapojených do programu Český výrobek. Jsme rádi, že čeští výrobci naše snahy oceňují a že značku Český výrobek nese již 1517 výrobků. Aktuální

seznam výrobců a akcí můžete najít na www.czvyrobek.cz. Dál pracujeme na tom, aby rostlo povědomí o českých výrobcích, abychom přispěli ke kultivaci českého trhu a abychom zamezili nekalým praktikám některých subjektů, které se honosí vlastní značkou český výrobek, český výrobce, a přitom část nebo celou produkci dováží ze zahraničí.

Chystáte nějaké speciální akce a na co se můžeme těšit?

Podpora českých výrobků musí mít trvalý charakter, protože by jinak ve spoustě jiných informací a reklam zanikla. Proto jsme se rozhodli, že dáme možnost oslavit každý rok Den českých výrobků 27. 10. a měsíc říjen jsme vyhlásili Měsícem českých výrobků. Proto jsme na toto období připravili akce jako Setkání českých výrobců a marketing českých firem, které proběhlo 23. 9. 2011. Oslavy svátku českých výrobků 8. 10. 2011 v Praze na Staroměstském náměstí jsou spojeny s křtem Kalendáře českých výrobků, který tyto svátky již obsahuje. Pro spotřebitele jsme připravili televizní reklamu s uvedením značek všech zapojených výrobců, která poběží v říjnu a listopadu a dále se budeme podílet na akci Soutěž o nejlepší český knedlík, která proběhne 7. 11. 2011 v Hotelu Intercontinental v Praze. Ať žijí české výrobky!

k přání se připojuje Pavel Kačer

Nudí Vás už obyčejné tyčinky? Nás také. Chtěli jsme konečně ...to pravé ořechové!

Prvotřídní kvalita v oblasti cukrovinek a zdravé výživy.

Zasoutěžte si o novou řadu ořechových tyčinek, které jsou vyrobeny pouze z výběrových ořechů a českého medu.

Některé jsou obohaceny sušeným ovocem, polomáčené v kakaové nebo jogurtové polevě. Obsahující z 50 a více procent ořechy a sušené ovoce, jsou bez umělých příchutí a konzervantů.

Nejoblíbenější je ořechová tyčinka Maxi Nuta s Kešu. Vybrat si však může každý, a to z 15 příchutí a kombinací, které výrobce nabízí, jedná se mimo jiné o tyto druhy:

**Kešu & Ořechy,
Pistácie & Mandle,
Meruňky & Mandle,
S konopným semínkem,
Slunečnice & Ořechy,
Pistácie & Brusinky,
Pražené mandle,
Ořechy a višně**

A novinka pro rok 2011
Čoko & Ořechy.

**Přejeme vám
...to pravé
ořechové
pochutnání!**

více informací
v příloze a na:
www.rupa.cz



Výpověď čísel o podpoře investic podnikatelů

Česká leasingová a finanční asociace v letošním roce završila 20 let působení na českém finančním trhu. O její úloze, úspěších, dalších plánech i současném stavu trhu jsme hovořili s předsedkyní představenstva ČLFA, Jiřinou Tapšíkovou.

Jaké přínosy vidíte v působení ČLFA ve prospěch rozvoje nebankovního financování za posledních 20 let?

V roce 2011 se završuje druhá dekáda působení České leasingové a finanční asociace při prosazování zájmů nebankovních poskytovatelů finančních produktů a jejich působení v zájmu ekonomického růstu. ČLFA za tu dobu přispěla k podpoře investic řady podnikatelských subjektů, zejména malých a středních podniků a začínajících podnikatelů, i k uspokojování potřeb širokého spektra domácností. Asociace v uplynulých dvaceti letech prosadila řadu opatření v zájmu nediskriminačního, předvídatelného a nebyrokratického podnikatelského prostředí a na podporu hospodářské soutěže. Přijetím Etického kodexu a prosazováním jeho zásad v obchodních a dalších aktivitách členských společností napomohla k prosazování zásad poctivého podnikání a ochrany spotřebitele.

Máte k dispozici i konkrétní čísla, tj. jaké finanční objemy poskytl členské společnosti ČLFA do české ekonomiky?

ČLFA přispěla v průběhu uplynulých dvaceti let k tomu, že náš trh leasingu, spotřebitelských i podnikatelských úvěrů a factoringu patří k nejvyspělejší v zemích střední a východní Evropy a je srovnatelný s většinou tradičních evropských nebankovních finančních trhů. Členské společnosti asociace financovaly v tomto období prostřednictvím leasingu investice do strojů, zařízení a dopravních prostředků v souhrnu pořizovacích cen bez DPH blížícím se hranici 1,5 biliónu



Ing. Jiřina Tapšíková, MBA

korun a nemovitosti za více než 110 miliard korun. Tyto společnosti jen od roku 2001 poskytly domácnostem prostřednictvím spotřebitelských úvěrů téměř 350 miliard korun a podnikatelům úvěry přes 150 miliard korun. Na factoringové společnosti sdružené v ČLFA byly jen od roku 2005 postoupeny prostřednictvím factoringu pohledávky převyšující hranici 750 miliard korun. Asociace přispěla k využívání potenciálu těchto finančních produktů a dále analyzuje vývoj v odpovídajících segmentech našeho finančního trhu. Všechny tyto hodnoty je ČLFA připravena prosazovat dostupnými prostředky a v mezích právního řádu i ekonomické účelnosti i v dalších letech.

ČLFA vydala v srpnu výsledky za 1. pololetí 2011. Jak si vede současný nebankovní trh?

V 1. pololetí 2011 pokračoval růst nebankovního financování, který už nastolily výsledky za loňský rok. V tomto období poskytly členské společnosti ČLFA leasingem movitých věcí, factoringem, prostřednictvím

úvěrů pro spotřebitele i pro podnikatele zákazníkům celkem 67,3 miliard korun, což je v meziočném srovnání o 3,5 miliard korun více. Z toho 50 miliard poskytli členové ČLFA na investice a provoz podnikatelských subjektů a 17,3 miliard na zboží a služby pro domácnosti. U všech komodit došlo k meziočnému růstu; leasing vzrostl o 21,3 %, podnikatelské úvěry o 9,2 %, spotřebitelské úvěry o 4,7 % a factoring o 27,2 %. Členské společnosti financovaly 44 % nových osobních vozů registrovaných v tomto období v České republice a uzavřely 520 521 nových leasingových a úvěrových obchodů.

Federace evropských bankovních domů EUROFINAS také vydala výsledky za druhé čtvrtletí 2011. Jaké z ní vyplývají závěry?

Eurofinas sdružuje hlavní poskytovatele spotřebitelských úvěrů v Evropě a ČLFA pravidelně přispívá do jejich statistik. I když u nás spotřebitelské úvěry za 1. pololetí mírně rostly, podle hlášení členských asociací došlo ve 2. čtvrtletí 2011 v Evropě k meziočnému poklesu objemu nově poskytnutých nebankovních spotřebitelských úvěrů o 0,5 %. V souhrnu byly poskytnuty spotřebitelské úvěry za 35,7 miliard euro. Podíl členů ČLFA na tomto plnění dosáhl 1 %. Prostředky využité ve 2. čtvrtletí evropskými nebankovními společnostmi k financování osobních vozů se meziočně snížily o 3,6 %, zejména v souvislosti s dopady ukončení šrotovného v řadě států. V souhrnu poskytly nebankovní financování osobních vozů za 12,6 miliard euro. Podíl členských společností ČLFA na tomto plnění dosáhl 0,7 %. Vývoj evropského trhu se spotřebitelskými úvěry je dán stále přetrvávající nejistotou spotřebitelů, vývojem nezaměstnanosti a v neposlední řadě také omezitelnějším půjčováním ze strany poskytovatelů financování, kdy ne každá žádost je realizována.

Jak vidíte další vývoj trhu, lze predikovat jeho další růst?

Rok 2010 naznačil oživení nebankovního trhu a 1. pololetí 2011 potvrdilo růst tohoto segmentu. Při pozitivním vývoji ekonomiky lze předpokládat pokračování růstu nebankovního financování, protože růst ekonomiky znamená zvýšenou

- potřebu investic a je následován i zvýšenou spotřebou domácností. Nicméně náš stát není ostrovem a jakékoli změny ve světové ekonomice mohou nesmělý růst české ekonomiky ohrozit.

Podívejme se ještě na výhled do budoucna, jaké má ČLFA další plány?

V následujícím období bude Česká leasingová a finanční asociace klást důraz na další zlepšování ekonomických i právních podmínek pro rozvoj našeho finančního trhu včetně rovného postavení jeho nebankovních složek. ČLFA bude aktivně využívat možností vyplývajících z členství v evropských sdruženích poskytovatelů leasingu, spotřebitelských úvěrů a factoringu – Leaseurope, Eurofinas a EUF. Budeme nadále prosazovat a prohlubovat seberegulaci v zájmu kultivace nebankovního finančního trhu nad rámec imperativů obecně závazných právních předpisů a v zájmu ochrany spotřebitele.

Denisa Ranochová



Dosavadní předsedové České leasingové a finanční asociace

UniCredit Leasing pro nové KIA RIO

Horkou automobilovou novinku KIA RIO, uvedenou nedávno na český automobilový trh, doprovází zcela nový finanční produkt od UniCredit Leasing a KIA MOTORS Czech. Klient, který si zakoupí vozidlo v této akci, má možnost jej vrátit bez udání jakýchkoli důvodů, a to buď do sedmi dnů, nebo do 777 km, přičemž záleží na tom, která z událostí nastane dříve. Akce je vyhlášena na období zahájení prodeje od začátku září a mohou ji využít jak spotřebitelé, tak podnikatelé.

„Společnost UniCredit Leasing si cení, že se může podílet na uvedení zcela nového modelu KIA RIO prostřednictvím svých finančních produktů a dopomoci tak k úspěšnému zahájení prodeje v České republice. Při koncipování naší nabídky finančního produktu jsme chtěli rovněž držet linii i s další sedmičkou spojenou s vozy KIA, a to sedmiletou zárukou,“ uvedl Marek Chvojka, ředitel podpory prodeje UniCredit Leasing. Společnost UniCredit Leasing zajišťuje značkové financování vozů KIA pod označením

KIA FINANCE již od roku 2009. Značkové financování KIA FINANCE přináší zájemcům o vozy KIA výhodné podmínky financování, velmi snadné uzavření smlouvy o financování i celou řadu produktů, které má UniCredit Leasing ve své nabídce. KIA FINANCE zahrnuje finanční i operativní leasing, spotřebitelský úvěr a nově zavedenou formu financování pod označením FinAuto a CreditAuto. Klient si může vybrat rovněž z výhodné nabídky pojištění.

(tz)

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, klaustrofóbi

Jméno, příjmení, titul

Adresa

E-mail

Tel.

Datum

Podpis

Svým podpisem zároveň uděluji 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 uděluji 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 vztáť 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.

Mám k vietnamským ženám úctu

Žijí mezi námi, udržujeme s nimi po dlouhá desetiletí přátelské mezistátní vztahy, rozvíjíme vzájemný obchod, ale nevíme o nich téměř nic. Jaké jsou ženy a dívky vietnamské národnosti? A jak se dokáží prosadit v moderní společnosti, když jsou vychovávány v duchu konzervativních tradic? S otázkami, jichž se nabízí celá řada, jsme se obrátili na muže nejpovolanějšího, předsedu Česko-vietnamské společnosti Marcela Wintra.

Češi o Vietnamcích vědí, že to jsou pracovití a podnikaví lidé. Méně se však hovoří o vietnamských ženách. Jak byste je několika větami charakterizoval vy?

Vietnamské dívky a ženy jsou velmi milé, stále usměvavé, svým způsobem kouzelně plaché, velmi pracovitě a ochotné, ale také zodpovědné, nade vše milující svoji rodinu, pro kterou se některé doslova obětují. Jsou ale mezi nimi i velmi sebevědomé a úspěšné podnikatelky, lékařky, inženýrky, právníčky, umělkyně či sportovkyně. Mám k vietnamským ženám velkou úctu, neboť si vážím vietnamského lidu, protože dokázal bránit přes 40 let svoji svobodu ve skutečných strašných válkách a válka vždy přenášela starost o rodinu právě na vietnamské dívky a ženy.



Marcel Winter s oceněním na veletrhu Vietnam Expo 2010 v Hanoji

Dá se říci, že i Vietnamky se emancipují a přebírají životní role, které dříve náležely pouze jejich otcům a manželům?

Emancipaci je ve Vietnamu možné pozorovat převážně jen u vzdělaných vietnamských žen, které zastávají významné funkce nebo pracovní místa. Osobně jsem se setkal s viceprezidentkami VSR, loni i v roce 2008 s viceprezidentskou Nguyen Thi Doan a v roce 2007 s viceprezidentskou Truong My Hoa. Obě dámy jsou velmi vzdělané a mají obrovský přehled o ekonomice i o mezinárodním obchodě. Na veletrhu VIETNAM EXPO v Hanoji jsem poznal vietnamskou podnikatelku, dámu, která šéfuje firmě na vývoz krevet a v Americe řídí několik svých kanceláří, ve kterých zaměstnává vysokoškolsky vzdělané krajany, absolventy vietnamských vysokých škol. Při výstavbě továrny na výrobu biohnojiv v Hai Duong jsem zase osobně poznal ředitelku velké hanojské přepravní a spediční firmy zabývající se mezinárodní leteckou, lodní a kamionovou přepravou. Na hanojské lékařské univerzitě vede katedru fakulty mikrobiologie paní profesorka Chi, která tento obor vystudovala v minulosti u nás, v Brně. Řídí také výzkumný ústav, který vynalezl léky z vietnamských hub, zaměřené pro léčení rakoviny jater s úspěšností až 90 %, které



Marcel Winter

proto právem získaly ve světě mnohá ocenění. A tak bych mohl pokračovat.

V Hanoji se už dlouhou řadu let účastníte se svou marketingovou společností WMC mezinárodních veletrhů, na nichž se vietnamským návštěvníkům představují české výrobky. Jaký zájem o ně projevují vietnamské ženy a podnikatelky?

Velký, protože dubnový mezinárodní obchodní veletrh VIETNAM EXPO v Hanoji je spotřební, kde je možné i vystavené výrobky prodávat. Loni v pavilonu WMC byla například vystavena kosmetika značky Dermacol brněnské firmy Alphaduct a.s., která zaujala mnoho návštěvníků veletrhu, a tento stánek byl prakticky po celou dobu veletrhu doslova zákaznicemi obložený. Jsem rád, že se přímo na veletrhu podařilo zástupkyním této firmy prodat několik velkých palet dovezených výrobků. S vietnamskými podnikatelkami jsem se setkal prvně na říjnovém mezinárodním průmyslovém veletrhu VIIF v Hanoji již v roce 2000, kdy projevily zájem o vystavené zahradní traktory firmy

- AGS a.s. Jičín, ale také o kuchyňské linky firmy Servis Canis s.r.o. z Prahy.

Je rozdíl mezi mladými vietnamskými dívkami, ženami a Češkami?

Za 44 návštěv Vietnamu v posledních letech jsem poznal, že obrovský. Ve Vietnamu neuvidíte nikde mladé dvojice, které mají teprve před svatbou, že se líbají na veřejnosti. Maximálně při chůzi na procházce se drží za ruce. Neexistuje, aby ve vietnamském autobusu městské dopravy seděla dívka chlapci na klíně a líbala se s ním, jako je tomu mnohdy u nás. Budhismus a velmi pečlivá, přísná výchova zejména dívek v rodině mají za důsledek společenské projevy slušnosti a galantnosti i u mládeže. Vietnamští chlapci jsou galantnější než naši a snaží se i malými dárky dělat svým dívkám radost, aby byly s nimi šťastné.

Vietnamské děti si váží svých rodičů, zejména jejich rad a zkušeností.

Jedno vietnamské přísloví říká:

Muž bez ženy – kůň bez vody.

Vietnamské ženy se podle vašich slov ve světě stále více prosazují, ať už se jedná o společenskou, kulturní oblast, nebo business. Daří se jim to i v České republice? Víte o těch, které by si zasloužily titul „podnikatelka roku“? Celkem z 60 301 legálně u nás pobývajících příslušníků vietnamské národnosti zde podniká 35 590 mužů i žen, jako OSVČ na živnostenské listy, mnozí další muži i ženy však mají své firmy (s.r.o., v.o.s., a.s.) a 2993 Vietnamců je u nás zaměstnáno. Trvalý pobyt má zde 36 634 a dlouhodobý pobyt 23 667 Vietnamců. Zejména v poslední době



vzniklá nehtová studia navštěvuje mnoho českých dívek a žen, včetně našich celebrit. Mezi Vietnamkami je i řada módních návrhárek, které si získaly i renomovanou českou klientelu. Mezi nimi by rozhodně mohla být budoucí podnikatelka roku a vyfotografovat by ji třeba mohla vietnamská umělecká fotografka z Prahy.

Váš přátelský vztah k vietnamskému národu je všeobecně známý. Jak se k vám chovají nejen představitelé VSR (o tom jsme už vícekrát psali), ale vietnamské ženy?

Já mám díky své statné, téměř 150kilogramové, postavě ve Vietnamu

výhodu, protože jsem nepřehlédnutelný, mám přezdívku Sumo Tiép (Český Sumo) a mnozí Vietnamci (i vietnamské děti) mne při mé návštěvě Vietnamu se zdvořilou úklonou žádají, aby si mohli pro štěstí pohladit mé břicho. Připomínám jim svoji postavou populárního buddhistického boha Šivu, jehož malé figurky najdete v každé vietnamské rodině i v obchodech. Když mne před deseti lety vezl autem pracovník naší ambasády v Hanoji na velvyslanectví a právě z něj vycházely vietnamské pracovnice, tak se

Vietnamské dívky a ženy jsou velmi milé, stále usměvavé, svým způsobem kouzelně plaché, velmi pracovitě a ochotné, ale také zodpovědné, nade vše milující svoji rodinu, pro kterou se některé doslova obětují. Jsou ale mezi nimi i velmi sebevědomé a úspěšné podnikatelky, lékařky, inženýrky, právničky, umělkyně, či sportovkyně.

na mě všechny smály a mávaly mi. Můj přítel to komentoval slovy „Já se na to vykašlu. Jsem tu pomalu pět let a na mne nemávají, ale přijede český sumo a mohou se zbláznit!“. To dokazuje, že silnější lidé to mají u vietnamských žen dobré. Nikoliv někdy u mužů a na to je dobré si dát pozor. Když jsem jednou jel se svým vietnamským spolupracovníkem 600 km z Hanoje do provincie Quang Binh taxíkem, tak jsem se v autě pohodlně vzadu opřel na levé straně o okno a usnul. Ještě jsme neopustili Hanoj a najednou taxikář zastavil a odmítal dál jet. Zeptal jsem se svého spolupracovníka, proč nejedeme a on mi sdělil, že taxikář chce, abych si sednul vzadu v taxíku doprostřed, jinak že nepojede, protože by prý měl moc sjeté pneumatiky na levé straně. Prostě mezi muži a ženami i ve Vietnamu jsou velké rozdíly. Ale je tam krásně, jsou tam milí a usměvaví lidé, kteří nás Čechy mají moc rádi. A ty hodně silné s břichem úplně nejvíce!

připravil Pavel Kačer



Rozumná žena se nikdy nebude chtít podobat muži

Celý život si lámu hlavu nad tím, proč je tolik šikovných, chytrých a inteligentních žen bez životního partnera nebo proč se jim takový protějšek těžko hledá. Neberu-li v úvahu to, že jsou ženy odolnější a komplikovanější bytosti než muži, vychází mi k jejich „samotě“ jediná odpověď: mají patrně příliš náročná měřítka, podle nichž volí, přemýšlejí více, než intuitivně konají, mívají větší nadhled, než se od nich očekává. Podvědomě a nechtěně vytvářejí propast, do které padá vztah. Ne mnoho mužů na takovém poli dokáže manévrovat, a protože nejsou od přírody tak vnitřně silní jako ženy, vzdávají se, aniž zahájili boj. Ostatně je to i pohodlnější.

Dovolila jsem si kdysi tvrdit, že kdyby muži dali takovým ženám prostor a důvěru, odměnily by se jim jejich drahé polovičky nevidaně – harmonie by vládla světem. Lidstvo by bylo spokojeno, a války by se přestaly vést o hmotné bohatství, byly by jen o krásné a chytré ženy. Vím, zní to jako hloupá pohádka... Na toto nedobytné téma jsem tedy raději připravila otázky pro MUDr. Radima Uzlu, CSc., sexuologa:

Někteří muži nahlízejí na ženy podnikatelky a manažerky jako na zvláštní kategorii, ti chytří ovšem s úctou. Jak vnímáte exponované ženy vy jako lékař a sexuolog?
Za dobu 40 let své praxe jsem se setkal s řadou podnikatelek, manažerek a podobně



MUDr. Radim Uzel, CSc.

exponovaných žen, které jsem ošetřil, léčil a radil jim, mnohým z nich pak pomáhal přivést na svět potomka. Rozhodně nepředstavují nějakou zvláštní kategorii žen, je však nutno ocenit u většiny z nich jejich relativně vysokou obecnou i sociální inteligenci.

Podle mého názoru jsou to silné osobnosti, ale tím spíše ve skrytu duše zranitelné a křehké, jenže to málokdo tuší...

Každá žena je vlastně duší zranitelnou a křehkou. Nemyslím, že by se podnikatelky nějak lišily.

Často se setkávám s tím, že se takových protějšků muži obávají, nejenom profesně, ale i v osobním životě. Proč? Nahrávají radě genderových aktivit, které někdy hraničí s nelogickou touhou po emancipaci a vyhraněnými názory, ženy jako by se chtěly podobat mužům.

Rozumná žena se nikdy nebude chtít podobat muži. Z toho, že je jiná, vyplývá právě její přednost.

Co mužům dnes na ženách nejvíce vadí?

Podle toho jak komu. Mně nejvíce vadí hysterie a teatrálnost. Občas jsou tyto vlastnosti spojeny s nezdravým sebevědomím, které bývá hrané, protože vyplývá z komplexu méněcennosti.

A co jim v partnerském projevu schází? Tuší to ženy?

Schází často tolerance a snaha o vzájemné pochopení. Tuší to jenom ty moudré.

V názorové všehochuti se o sexu sice u nás skoro otevřeně hovoří, ale sexualita a erotično je stále vnímáno trochu v uvozovkách. Spouště lidem sexuální prožitky chybí, harmonický život je ten tam. Co s tím?

Podle většiny výzkumů je vždy nejméně třetina žen nespokojena se svým sexuálním životem. V některých statistikách je jich dokonce skoro polovina. Náprava tkví pouze v individuálním poradenství, neexistuje univerzální léčebný postup. Také by to přesáhlo rozměr tohoto rozhovoru.

Stačí se kolem sebe ráno rozhlédnout v metru nebo autobuse cestou do práce – většina lidí je naštvaných, zamračených, protivných, nespokojenost z nich salá. Nejsou šťastní, mnohým chybí láska, úcta, touha, něha. Je to přirozené?

Právě jsem se vrátil z několikadenní cesty po Švýcarsku. Zdálo se mi, že tam jsou všichni usměvaví a vstřícně se tvářící. Asi proto, že tam neměli války, měnové reformy, lustrací zákony, znárodnění, restituce atd. atd. Ten zamračený důchodce

- v tramvaji může být zrovna tak neuspokojený a špatně valorizovaný bývalý dizident jako zhrzený celoživotní komunistický funkcionář, který tomu komunismu ještě pořád bůhvíproč věří.

Kdyby měli partneři spokojený, radostný sex, ubýlo by určitě neuróz, neštěstí, zla v mezilidských vztazích. Jak motivovat?

Když odpovím, že sexuální výchovou, tak na mne ministr školství zděšeně vyvalí oči, protože mu ještě nikdo nevyvětlil, že sexuální výchova není výuka k používání prezervativu, ale snaha o zušlechťování mezilidských vztahů od útlého mládí.

Proč je mnoho chytrých žen opuštěných?

Myslím, že i těch opuštěných hloupých bude procentuálně asi stejně.

Co udělat, aby manželství po 30 letech nenabýlo rozměrů, o nichž se vypráví nejvíce vtipů?

Když už manželství vydrží 30 let, je to spíše hodno úcty, a nikoliv vtipu. Takzvaný šibeniční humor si však dokáže dělat legraci i z mnoha posvátnějších věcí, než je manželství.

Ptala jsem se Kim Kyiosaki, světově proslulé podnikatelky, která nedávno přednášela v Praze, kdy mají ženy investorky větší naději na úspěch, zda tehdy, když mají dobrý sex, anebo obráceně. Zkrátka, kdy dokáží dělat lepší rozhodnutí. Odpověděla příliš vyhybavě – jak byste tipoval vy?

Spokojený sexuální život je součástí celkového zdraví a jistě přispívá k pocitu štěstí. Angličané tomu říkají well-being a nepochybně přináší větší naději na úspěch nejen v podnikání, ale ve všech ostatních aktivitách. Paní Kim Kyiosaki to jistě dobře ví a divím se, že odpovídá vyhybavě.

A co byste doporučil ženám, které na muže, partnery, přátele, milence, nemají dostatek času?

Správné rozvržení času na práci, odpočinek, sex, rekreaci a koníčky je předpokladem životní spokojenosti. Ten rozvrh se ovšem musí trénovat od mládí. Kdo jiný než úspěšná podnikatelka asi ví, o čem mluvím.

otázky položila Eva Brixí

foto Kamil Varcoller

Internetový vánoční

Další nárůst prodaného zboží přes internet očekává o letošních Vánocích Jan Vetyška, výkonný ředitel Asociace pro elektronickou komerci (APEK). Zatímco v loňském roce se na internetu prodalo zboží za 33 miliard korun, letos může obrát internetových obchodů vzrůst až o 4 miliardy korun. Češi již na internetu nekupují jen elektroniku, ale také běžné vánoční dárky. V nynějším roce však budou nákupům dominovat tablety a chytré telefony. Internetoví prodejci se již na nápor zákazníků začali připravovat a navyšují kapacitu svých skladů. Speciální slevové nabídky nebo jiné bonusy ale pro zákazníky o Vánocích nechystají. „Češi nakupují na internetu s oblibou v průběhu celého roku, ale v předvánočním čase jejich zájem o elektronickou komerci sílí. Většinu nakupujících přitom v tomto období představují muži mezi osmnácti a čtyřiceti lety, kteří se tak zřejmě chtějí vyhnout stresu z přeplněných nákupních center. Uvědomili si, že internetové nakupování jim přináší řadu výhod, například rychlé dodání zboží až do domu nebo jednoduché srovnání cen konkurenčních obchodů. V průběhu roku je poměr mužů a žen nakupujících na internetu vyrovnaný,“ upřesnil Jan Vetyška (www.apek.cz). Letos budou lidé na internetu nakupovat vedle běžných vánočních dárků hlavně drobnou elektroniku. „V předvánočním období bude vrcholit prodej chytrých telefonů a tabletů, zájem o toto zboží však stoupá i v průběhu celého roku. V kurzu bude také nákup malých domácích spotřebičů. Lidé si k Vánocům dopřejí například mikrovlnnou troubu, kuchyňského robota a další praktické věci pro každodenní využití.“

(tz)



ACT
SERVIS

když máte rádi
svůj domov



Stříhnete si slevu!

Pečlivě si uschovejte tento inzerát. Při nákupu v naší vzorkové prodejně jej předložíte a získáte slevu ve výši **20%** do 31. 12. 2011

Dveřní kování & Krbové nářadí & Větrací mřížky

ACT servis, spol. s r. o., Náchodská 61, 193 00 Praha 9, Horní Počernice
Tel./fax: 281 925 228 | e-mail: kovani@actservis.cz | www.actservis.cz

Čtvrtý ročník soutěže

Ocenění českých podnikatelek má finalistky

Počet finalistek čtvrtého ročníku soutěže Ocenění Českých Podnikatelek je znám. Od středy 21. září, kdy byly uzavřeny registrace, je ve finále čtvrtého ročníku 34 společností. Ty budou soutěžit o nejlepší umístění v kategoriích „Česká zakladatelka, která podnik vlastní a řídí“, „Cena GE Money Bank – Výjimečná podnikatelka“ a „Výjimečný růst firmy“. Záštitu nad letošním ročníkem převzal předseda vlády České republiky Petr Nečas.

Účastníkem soutěže může být pouze žena, která je 100% majitelkou společnosti a její společnost byla založena nejpozději k 1. lednu 2007.



Do soutěže byly podnikatelky nominovány na základě finanční analýzy zpracované odborným garantem, specialistou na rating a scoring firem, CCB – Czech Credit Bureau, a. s. Ta vychází z veřejně dostupných údajů všech společností v České republice (s počtem zaměstnanců více než 10 osob). „Z databáze letos vzešlo 9894 potenciálních kandidátek. Podle zadaných kritérií bylo vybráno 196 semifinalistek s nejlepšími ekonomickými výsledky,“ řekl Ing. Pavel Finger, člen představenstva CCB – Czech Credit Bureau.

V rámci soutěže budou uděleny ceny 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. Patronem ceny je GE Money Bank, která je generálním partnerem celé soutěže.

Třetí kategorie „Výjimečný růst firmy“ hodnotí řízený 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 také hlavním partnerem soutěže.

Finalistky soutěže (v abecedním pořadí)

MALÁ SPOLEČNOST

- ASPIUS spol.s.r.o., majitelka Ilona Klímová
- Centrum andragogiky, s.r.o., majitelka Marie Jirů
- English Link s.r.o., majitelka Kateřina Topinková
- EUREGNIA, s.r.o., majitelka Ivona Huňková
- Grafia, s.r.o., majitelka Jana Brabcová
- Gymnázium Globe, s.r.o., majitelka Libuše Bartková
- HOSPODYNĚ, s.r.o., majitelka Hana Dobružská
- JADE Group s.r.o., majitelka Jana Eisenreichová
- JAPAVO, spol. s.r.o., majitelka Jana Vojáčková
- KT – Služby plus, spol. s.r.o., majitelka Šárka Hrušková
- Lenka PAVILKOVÁ – CHANNEL CROSSINGS, majitelka Lenka Doležalová Pavilková
- Mateřská škola a základní škola Sluníčko – Montessori, s.r.o., majitelka Jolana Opluštilová

- Nábytek Spomyšl s.r.o., majitelka Ilona Horáčková
- NOVEKO 96 spol. s.r.o., majitelka Květoslava Novotná
- PRODOOR s.r.o., majitelka Marie Nováčková
- PROBET s.r.o., majitelka Ivana Pospíšilová
- Soukromá střední odborná škola Praha (1. KŠPA) Praha s.r.o., majitelka Hana Skallová
- TSM, spol. s.r.o., majitelka Irena Spirová
- VAMÍK s.r.o., majitelka Yvona Vágnerová
- XERIA spol. s.r.o., majitelka Jitka Čablová
- Základní škola a Mateřská škola Prointepo s.r.o., majitelka Jarmila Karpašová
- Základní umělecká škola Melodie, s.r.o., majitelka Vlasta Jahelková

STŘEDNĚ VELKÁ SPOLEČENOST

- Kladenská soukromá střední odborná škola (1. KŠPA) s.r.o., majitelka Hana Skallová
- JOB FACTORY s.r.o., majitelka Daniela Domesová
- MONADA, spol. s.r.o., majitelka Kateřina Kračmarová
- Simona Pánková s.r.o., majitelka Simona Pánková
- SOLAR AND SLENDER YOU STUDIO, s.r.o., majitelka Jana Hájková
- Soukromá základní škola s RVJ – DINO ELEMENTARY SCHOOL, s.r.o., majitelka Iveta Páleníčková
- SP – TOP, s.r.o., majitelka Soňa Pavečková
- TAWAN s.r.o., majitelka Jiřina Forejtková
- TECH – TRADE, s.r.o., majitelka Pavla Zálešáková

VELKÁ SPOLEČNOST

- IPO – STAR s.r.o., majitelka Hana Nováčková
- KOMAS, spol. s.r.o., majitelka Jiřina Hajduková

Více informací o soutěži naleznete na www.oceneniceskychpodnikatelek.cz.

Slavnostní vyhlášení vítězů OCENĚNÍ ČESKÝCH PODNIKATELEK – OCP 2011 proběhne 1. listopadu v prostorách panoramatické restaurace ZOOM v Kongresovém centru Praha.

O SOUTĚŽI:

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

Partnery 4. ročníku Ocenění Českých Podnikatelek – OCP jsou:

- Agentura Helas – zakladatel
- Mazars – zakladatel
- CCB – Czech Credit Bureau – odborný garant
- GE Money Bank – generální partner
- MasterCard – hlavní partner
- GrECo International, poradenství pro riziko a pojištění, s.r.o. – hlavní partner
- Esthé – Klinika plastické chirurgie – partner
- Advokátní kancelář Novický & Mejzlík – partner
- Miele – partner
- Léčebné lázně Jáchymov – partner
- Sdružení Nejsi na to sama – partner
- Zátíší Group – partner
- AMSP ČR (Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR) – partner
- Ogilvy Public Relations – partner (tz)

Na pořadu byl a je Ing. Radim Jančura

Agentura Helas je známá svými dobrými nápady, které se týkají zejména propojování lidí z businessu, komunikací s osobnostmi umělecky známými, vědeckými kapacitami, obdivovanými exoty v tom nejlepší slova smyslu, zkrátka s těmi, kteří mají ostatním co sdělit. Za každým příběhem takového člověka je cosi, co povzbuzuje a motivuje ostatní, co dává sílu, vyvolává otázky. Za velmi přínosné považují aktivity, které se týkají klubových setkání Ocenění českých podnikatelek nebo setkávání se v rámci Helas New Encounters Club. Jedno letní diskuzní odpoledne v Hotelu Barceló Old Town Praha patřilo mužů, který nyní vystupuje na ekonomické scéně dnes a denně – Ing. Radimu Jančurovi, majiteli firmy Student Agency s.r.o. Vyprávěl o tom, jak se původně chtěl stát opravářem televizí i o tom, jak se jako dítě bál „v přítomnosti televizní obrazovky“ převlékat, protože si myslel, že ho pozorují všichni ti, s nimiž se tam setkává. Inu, o úsměvných zážitcích je fajn se dovídat stejně jako jim být přítomni. Třeba v souvislosti s tím, co se už asi navždy bude jmenovat Jančurův cirkus. Ukazuje se, že klauniáda, jak podnikatelský počin Student Agency označil státní konkurent České dráhy, už má mnoho příznivců a že cestující prostě nové spoje s chutí využívají. Určitě nejen ze zvědavosti. Společnost RegioJet vnesla do českého podnikatelského prostředí na železnici nový duch. Pohled předvídavý, nadšený, se vším všudy barevný. Radim Jančura o tom hovořil skromně, i když si neodpustil řadu sarkastických

poznámek na adresu těch, kteří se obávají novot a jiných názorů než svých. Líbilo se mi to. Také to, jak se dotkl funkce vydělávání a investování peněz a posílání majetku i křehkém životě lidském. O projektu RegioJet a vlakových spojích mezi Havířovem, Ostravou, Olomoucí, Pardubicemi a Prahou včetně služeb, které s tím souvisejí, komfortem, cenami a vůbec celkovým pojetím, se nyní hodně debatuje a ještě asi dlouho bude. Je to dobře. Než se ujme nové, staré se brání ze všech posledních sil. A nové se ujme, o tom není pochyb. Uvést v život koncept, který se prolíná jízdními řádů republiky, důvěrou cestujících i jejich očekáváním, garantovat rozvoj služeb a v neposlední řadě dělat vše pro to, aby zákazník poznal, že si ho dopravce váží, je docela dost velké podnikatelské hrdinství. Na osobní železniční dopravu je totiž vidět ze všech stran a jen ten, kdo se nebojí přijít s vlastní kůží na trh, může být pochválen. Radim Jančura měl vizi, jejímž uvedením do praxe zamotal hlavu nejednomu z nás. Nepíši o něm jako o bohovi, který seslal trest tam, kde je potřeba začít měnit cosi selským rozumem. Držím palce jeho rozhodnutí protnout jízdní řády myšlení. Pro nás ostatní z toho plyne jedno poučení: k podnikání je třeba nejen kalkulačka. Nevím, kolik hodin denně Radim Jančura v letošním roce spal, nevím, kolik procházek stihnul se svým psem, a netuším, kolikrát si jeho rodina povzddechla, že je koncentrací jinde než u nedělního oběda. Možná to přeceňuji, prostě netuším. Vstoupit podnikatelsky na chráněné státní teritorium a ukázat, že se dá po kolejkách jezdit i jinak než s obavou, co se

zaživačími potížemi, propuknou-li, je pro nás ostatní povzbudivým štamprlátkem. Jsem ráda, že se díky iniciativě Agentury Helas navzájem potkávají lidé, kteří se nebojí dělat věci jinak. Z jejich příběhů mi vychází tajemka křížovky člověčího snažení: nikdo by se neměl zaleknout svého vlastního nápadu.

Eva Brixi
foto Kamil Varcollier



Helena Kohoutová zve na setkání podnikatelek hosty z různých oborů businessu – v létě to byl Radim Jančura, majitel skupiny Student Agency

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: Excuse me, I am looking for the office of Mr Flowerston.

B: Oh, you have to go this corridor. His door is the third one on the left.

A: Thank you.

Vyberte chybějící slovo v rozhovoru.

a) down

b) right

c) directly

Glosář

K popisu cesty můžeme použít následující předložkové vazby a spojení:

go straight ahead/ on = jděte rovně

It's not too far, just go straight ahead/on to the end of the street. – Není to daleko, jděte jen rovně na konec ulice.

turn left/ right at the end = zahněte doleva/ doprava na konci

Turn left at the end of Market Street to Baker Street. – Na konci Market Street zahněte doleva do Baker Street.

turn left/ right after = zahněte doleva/ doprava za

Turn right after the church. – Za kostelem zahněte doprava.

take the first/ second ... right/ left = zahněte do první/ druhé ... ulice vpravo/ vlevo

Go straight on and then take the second left. – Jděte rovně a potom zahněte do druhé ulice vlevo.

Účastník soutěže dává výslovný souhlas se zpracováním veškerých poskytnutých údajů ve smyslu zákona č. 101/2000 Sb., o ochraně osobních údajů v plném znění, a dále dává společnosti Lenka Pavliková – 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 vaše znalosti angličtiny. Sedmou soutěžní otázku jsme zveřejnili v zářijovém čísle Prosperity Madam Business.

Správná odpověď zní:

b) I'd love to.

Vítězce zářijové soutěže Pavlíně Jandové z Českých Budějovic 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.

Brněnská Drutěva je opět v zisku

Zaslouží si naše uznání a podporu – výrobní družstva, která ve stále se zhoršujících podnikatelských podmínkách dávají lidem práci a jež zaměstnávají postižené osoby. O to větší obdiv patří těm, kteří prosperují a myslí na budoucnost. Mezi nejlepší se zařadila Brněnská drutěva, v. d., s jejímž předsedou představenstva Ing. Miloslavem Janíčkem jsme připravili následující rozhovor.

Brněnská Drutěva dokázala úspěšně navázat na slavnou tradici výrobního družstevnictví v ČR. Na co v dnešní době sází, v čem spočívá její největší síla, kam orientuje svůj rozvoj?

Družstvo v současné době zaměstnává 180 lidí, z toho je 70 % zdravotně postižených. Výrobní činnost družstva je pestrá: šití konfekce, kartonážní výroba, kovo a elektro výroba. Při krátkodobém výpadku zakázek na některém ze závodů umožňuje více druhů činnosti vzájemnou podporu. Výrobně převažuje spolupráce s již osvědčenými zákazníky, kterých si velmi vážíme a snažíme se maximálně vyhovět jejich požadavkům. Orientujeme se na malosériové zakázky. Zaměstnávání osob se zdravotním postižením nám umožňuje poskytovat odběratelům našich výrobků „náhradní plnění“.

Poměrně široké rozpětí výrobního sortimentu a rozvoj několika odlišných oborů (kartonáž - textil - kovo - elektro) může přinášet výhodu, zároveň však s sebou nese nemožnost hlubší specializace. Na co budete klást důraz?

Brněnská Drutěva existuje 58 let. Při zpětném pohledu do historie je vidět, že se neustále zužovalo množství různých druhů výrob a činností. Bohužel i nyní v tomto trendu musíme pokračovat a některé činnosti

v jednotlivých oborech rušíme. O to více se může výrobní specializace rozvíjet hlouběji a pečlivěji s ohledem na požadavky a spokojenost zákazníka. Důraz klademe na kvalitu námi vyráběných výrobků a tím i vylepšení dobrého jména družstva.

Co považujete za největší úspěch Brněnské Drutěvy? A kde máte ještě využitelné rezervy?

Za největší úspěch posledních let se dá označit, že jsme po několikamilionových ztrátách v letech 2008 a 2009 dokázali docílit v roce 2010 opět zisku. Museli jsme rychle realizovat nová úsporná a systémová opatření v organizaci činnosti i v personální oblasti. Opatření se týkala hlavně závodů kartonáže a šití konfekce a uvolnění nových ploch v areálu družstva k pronajmutí jiným podnikatelům.

Pokud by totiž ztrátovost družstva i dále pokračovala, během 4 let bychom družstvo museli zrušit. Brněnská Drutěva si cení zavedení systému managementu kvality v souladu s požadavky normy ISO9001:2008.

Zároveň si jsou vedoucí pracovníci družstva vědomi, že musíme neustále zlepšovat činnost v oblasti požadavků na kvalitu, termíny a spokojenosti zákazníka. Samozřejmě rezervy máme i v obchodní činnosti



Ing. Miloslav Janíček

a v neustálé snaze získávat další nové zákazníky a práci pro naše lidi.

Je obtížné budovat, udržet a motivovat tým družstevníků i zaměstnanců,

z nichž část má změněnou pracovní schopnost?

V pracovních kolektivech složených ze zdravých a postižených lidí je velmi důležitá práce mistrů, vedoucích výroby a dalších lidí, kteří přímo přicházejí do

kontaktu s pracovními skupinami. Tito řídicí pracovníci jsou vedením družstva považováni za velmi důležité, neboť musí být nejen odborníci, ale i „psychologové“ a velmi dobří v jednání s lidmi.

V současné době vrcholí snaha vlády uskutečnit úsporná opatření ve všech oblastech, tedy i vůči zaměstnavatelům osob zdravotně znevýhodněných, jako např.: snížení příspěvků dle §78., neposkytování podpory na provoz chráněných dílen dle § 76, zrušení kategorie OZZ, je prognóza existence družstva jako zaměstnavatele zdravotně postižených přinejmenším nejistá! Bez alespoň nějaké podpory ze strany státu nebudeme moci udržet současný počet zaměstnanců.

Jak vidíte budoucnost výrobního družstevnictví v moderní ekonomice? Daří se vám spolupracovat se státními a samosprávnými orgány? Cítíte dostatečnou podporu, máte dobré podmínky k podnikání?

Předpokladem existence výrobního družstevnictví je stanovení jasných pravidel a zákonů, které by podnikání usnadňovaly a nekomplikovaly



- a měly platnost alespoň několik let. Mnoho výrobních družstev funguje v ČR podnikatelsky úspěšně. Jsme členem SČMVD – Svaz českých a moravských výrobních družstev, který nám zajišťuje podporu: společnou propagaci na výstavách, prospektech i katalogích a poskytuje široký rozsah poradenských, školicích a podnikatelských služeb. SČMVD se také snaží lobovat za družstva ve vládě při úpravách a tvorbě zákonů.

Brněnská Drutěva měla ve své činnosti doposud začleněna 2 oblasti působnosti:

- oblast výrobní - provozy se začleněním postižených pracovníků do těchto výrob a snaha o jejich ziskovost
- oblast provozování tzv. „chráněných dílen“, kde jsou zaměstnání převážně pracovníci s mentálním postižením – ztrátové dílny

Neustále se snižující podpora ze strany státu a plánované zrušení statutu „chráněná dílna“ od 1. 1. 2012 znamená pro mnoho pracovníků z těchto „chráněných dílen“ nezaměstnanost. Naše družstvo již nebude moci poskytovat sociální zázemí pro všechny pracovníky současných „chráněných dílen“. Dvojí zaměření našeho družstva, současně jako podnikatelské i sociální, pomalu končí. Vzhledem k historii družstva a tradicím se ovšem budeme snažit zachovat co největší procento zdravotně postižených zaměstnanců.

Vaše největší přání na závěr?

Aby se všem zaměstnavatelům zdravotně postižených lidí dařilo zajišťovat dostatek pracovní náplně, pevné nervy a hodně zdraví.

za rozhovor poděkoval Pavel Kačer



SARAPIS

Tento doplněk stravy se hojně využívá v období klimakteria, které se obvykle projevuje nepříjemnými příznaky jako jsou návaly horka a potu, bušení srdce, kolísání krevního tlaku, nervozita, změny nálad (spíše směrem k depresivitě a úzkosti), podrážděnost, poruchy spánku, občasné závratě, brnění v končetinách, a mohou se vyskytnout i bolesti na hrudi. SARAPIS je složen nejen z mateří kašičky, ale blahodárné vlastnosti tohoto přípravku jsou získány také obsahem květního pylu, fermentovaného pylu, vitamínů, koenzymu Q10, beta karotenu, selenu, lecitinu a železa.



SARAPIS MENSIS

Přípravek atraktivního složení je vhodný zejména pro dívky a ženy při problematické či nepravidelné menstruaci a pro dívky a ženy při premenstruačním syndromu (tj. při potížích spojených s menstruací - napětí a citlivost prsou, potíže v oblasti podbřišku, nechutenství, nervozita, a jiné). Lze jej použít také jako podpůrný prostředek při opakujících se potížích s mikroorganismy v oblasti pochvy a močových cest.



SARAPIS PRO MUŽE

Přípravek Sarapis pro muže byl vyvinut zvláště pro dnešního muže 21. století. Lidé trpí tzv. civilizačními nemocemi (cukrovka, cévní a srdeční poruchy, rakoviny, obezita atd.). Hlavními důvody jsou celkově špatný životní styl, nevhodné stravovací návyky, přepracovanost, stresové faktory. Nejvíce jsou ohroženy cévy a srdce, imunitní (obránný systém), nervový systém, ohrožena je i reprodukce (hlavně u mužů). Přibývá lidí se sníženou vitalitou a syndromem vyhoření. Uvedený nový přípravek má díky svému složení a působení příznivý vliv na následky civilizačních jevů. Dále příznivě působí na organismus při stresu, zvýšené únavě, v období mužského přechodu („andropauzy“), při zhoršené kvalitě kůže, vzpružuje stárnoucí organismus životně důležitými látkami a má blahodárný vliv na organismus chronicky nemocných a také po operačních zákrocích. Mohou jej užívat i osoby se zánětem žil, vysokým krevním tlakem a cukrovkou. Preparát lze kombinovat s léky.

Uvedené přípravky jsou registrovány jako doplňky stravy a jsou volně k dostání v lékárnách.

více informací: www.vegall.cz nebo bezplatná linka 800 100 140

Nejlepší pračka současnosti?

Podle časopisu dTest F1480QDS od LG



Dát prádlo do pračky a vytáhnout ho čisté. To je asi sen každého z nás. Jenže ne všechny pračky splní tento jednoduchý požadavek. Nezávislá organizace Občanské sdružení spotřebitelů TEST, která vydává časopis dTest, otestovala celkem 127 praček s předním plněním. Hodnotily se kategorie jako praní, máchání, odstředování, délka pracího cyklu, spotřeba a další důležité parametry. Nejlepší pračkou, a tedy i Vítězem testu, se stala pračka LG F1480QDS.



Pračka LG F1480QDS skvěle obstála ve všech testovaných kategoriích a v současnosti na trhu neexistuje lepší pračka. Největší náskok získala pračka při hodnocení parametru »Praní«. Zde byla ohodnocena známkou 1,1. Takové známce se nepříblížila žádná jiná testovaná pračka. Navíc pračka LG F1480QDS je nabitá technologiemi. Tou nejdůležitější je Direct Drive, kdy je k pohybu bubny použit unikátní krokový motor. Ten je nejen velmi tichý a spolehlivý, ale především díky němu je možné vyvinout nové metody praní. Pračka tak používá několik speciálních pohybů bubny, které zajišťují dokonalé praní. Tato funkce se nazývá 6 MOTION. Vysokou efektivitu praní zajišťuje také parní praní. Pára mnohem snadněji prostupuje vlákny prádla a tím také snadněji odstraní špinu. Praní je díky tomu rychlejší a spotřeba jak elektrické energie, tak vody je nižší, než při konvenčním praní.

Pračka LG má velmi jednoduché ovládání. Díky velkému displeji je praní velmi snadné. Stačí jen nastavit, jaké prádlo je vloženo. Funkce Fuzzy Logic se už postará o vše ostatní. Zjistí, kolik prádla jste vložili a určí, jak moc je prádlo špinavé. Podle toho nastaví počet máchacích cyklů tak, aby prádlo bylo dokonale vyprané.



Je to pračka? Nebo něco lepšího?

www.lg.cz

Jak efektivně využít čas

Máte-li na starosti stovky studentů, a obzvláště v době přijímacích řízení, nic jiného než efektivní plánování času a stanovování priorit vám ani nepomůže. Nechala jsem si tedy před lety poradit od našich lektorů, kteří u nás vyučují jako jednu z lekcí i Time Management, a musím říci, že daleko lépe nyní dokážu zvládat vyšší pracovní zátěž nebo několik souběžných

aktivit najednou. Začala jsem také brát úkoly jako proces s jasným začátkem a jeho průběhem a spoléhám na pečlivou



Marie Neradová, Marketing Managerka vzdělávacího centra AZ SMART s.r.o.

evidenci. Zcela běžně se dnes také hovoří o týmové práci, zvláště když je na trhu nedostatek kvalifikovaných pracovních sil. U nás jsem to vyřešila například udělováním zodpovědnosti. Je to efektivní a ušetří se spousta času hledáním informací či opravou chyb v práci někoho jiného. Na druhou stranu, ačkoliv bych pro naše studenty udělala první poslední, nenechávám si po určité hodině

již zasahovat do svého soukromého času a věnuji se pouze a jediné svým koníčkům a tolik potřebné relaxaci.



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 štíra

24. 10. – 22. 11.

Novoluní 26. 10. 2011 21,59 hod.

Novoluní ve štíru je velmi silné a tajuplné. Během tohoto období jsou citliví lidé napojeni na magické energie. Vnímejte svoje předtuchy a pocity! V této době sledujte, co vám říká vaše podvědomí. Na povrch vypluje vaše téma, kterému se máte věnovat a pracovat na něm. Pokud cítíte nutnost udělat nějakou změnu, udělejte to. Toto novoluní je zde, aby vám ukázalo směr, kde je třeba udělat pořádek, začít pracovat na zlepšení toho, co nefunguje. Také se v této době mohou probudit nebo prohloubit ezoterické schopnosti jedince.

vaše Daniela

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

O odbornících

Pryč jsou doby, kdy mezi námi žili učenci s širokým renezančním vzděláním, kteří rozuměli všem lidským oborům. Poznatků každoročně přibývá takovým tempem, že nikdo z nás není schopen vstřebat alespoň jejich malý zlomek. Proto jsme si vymysleli počítače, které takový nával nových informací zvládají. Musí se jim jen pravidelně rozšiřovat paměť a přidávat výkon, což na rozdíl od mozku není problém. Aby člověk obstál v přívalu nových dat, na něj se valících, udržel si náležitý přehled a určitou vážnost ve společnosti, musí se nutně specializovat. Vybere si určitý úsek předmětu svého studia, jemuž se celoživotně věnuje, a když se mu daří, může se jednou stát předním odborníkem, třeba i celosvětově uznávaným. Jenže nic se nemá přehánět. Kdysi jsem slyšel anekdotu, která si z toho dělala legraci: Přejde pán k doktorovi s chřipkou. Lékař ho odmítne s tím, že on je ušní-nosní-krční. Pacient se na to zeptá: „A na kterou nosní díрку se pane doktor specializujete – na levou, nebo pravou?“ Vzpomněl jsem si na anekdotu při čtení novin, které komentují jmenování nového ministra zemědělství Petra Bendla.

Noviny i elektronická média mu vytýkají, že není zemědělský odborník a připomínají, že v jiné vládě řídil dopravu a předtím byl krajským hejtnem. Zapomínají však, že Nečasův kabinet není vláda odborníků. Premiér ji sestavil ze zástupců koaličních politických stran. Po politicích musíme chtít, aby rozuměli věcem veřejným, tedy politickým. Politika je odbornost jako každá jiná a je na jinou diskuzi, že mnoho volených zástupců lidu v dnešním parlamentu takové odborné předpoklady nemá. Právě tak novinář musí rozumět především žurnalistice. Neočekává se od něj agronomické nebo zootechnické vzdělání, když v redakci vede zemědělskou rubriku. Ani od stovek pražských úředníků na ministerstvu zemědělství nikdo nemůže vyžadovat mnohaletou praxi v pěstování hospodářských plodin nebo výkrmu zvířat. Oni musí rozumět finesám veřejné správy, lidové řečeno úřadování v tom nejlepším slova smyslu.

Podobné je to s výkonem manažerské funkce. Manažerem roku se nestávají jen lidé, kteří pronikli do tajů odboru,

v němž podnikají. Často jim může být úzká specializace spíše na překážku. A přece si většina lidí myslí, že generálním ředitelem drah musí být jen ten, kdo se narodil na nádraží a odmalička si nehrál s ničím jiným než s vláčky. A ředitelem nemocnice musí být lékař, který absolvoval medicínu, prošel všemi atestacemi a povinnými praxemi na poliklinice, než se postupně z asistenta vypracoval až na primáře. Jenže od šéfa zdravotnického zařízení se neočekává, že bude umět nejlépe ze všech operovat a nejvíce rozumět lidskému zdraví. Musí to být odborník na slovo vzatý v jiné oblasti – musí umět motivovat své podřízené a mít i jisté ekonomické povědomí. Chceme po něm, aby rozuměl lidem, s nimiž spolupracuje, a v pracovním procesu z nich dostal to nejlepší v zájmu své firmy a jejích klientů. Do určité míry by měl mít povědomí o podnikání, pokud nechceme, aby nemocnici přivedl na buben. Samotné léčení pacientů ať nechá na schopných spolupracovnících s příslušným lékařským vzděláním a praxí. Pokud si špičkový tým odborníků nedokáže vytvořit, nemůže být dobrým manažerem, a tím pádem dobrým ředitelem nemocnice. Neuspěl by, i když byl třeba předtím lepší ortoped než doktor Štrosmajer z Nemocnice na kraji města. Je zajímavé, jak často se v požadavcích na odbornost veřejnost plete. A nejen ta laická, ale i odborná.

Pavel Kačer

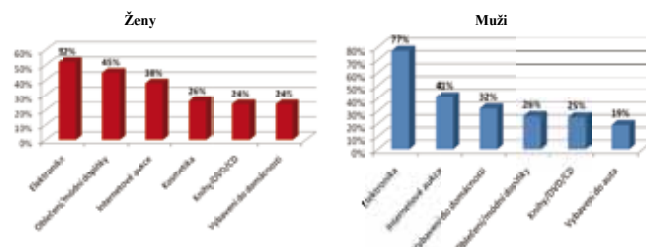


90 % Čechů jde přes internet

Internetové nákupy si u Čechů získávají stále větší oblibu. „Kromě toho, že většina Čechů používá internet denně (96 %), z našeho průzkumu MasterIndex také vyplynulo, že 90 % z nich na internetu i nakupuje. V rámci těchto transakcí mohou klienti používat platební kartu. Kromě určité technologické úrovně jim karta nabízí i řadu benefitů (slevy, věrnostní programy, pojištění apod.), které je možné využít i u obchodníků,“ zhodnotila situaci Tereza Janková, marketingová manažerka, MasterCard Europe pro Českou republiku a Slovensko.

„V březnu 2011 jsme se rozhodli dočasně pozastavit nabídku zaslání zboží BigBrands na dobírku (COD) ve všech zemích, kde působíme. Cílem našeho privátního nákupního klubu je totiž nabízet každý den ty nejzajímavější ceny slavných módních a lifestyleových značek, a vysoké náklady na dobírku, kterou jako obchodník nabízíme, by nás nutily zvyšovat všem 600 000 našich zákazníků ceny, což by bylo kontraproduktivní. Společnost BigBrands proto dobírku znovu zavedla až v září 2011, a to takovým způsobem, který zohledňuje její vyšší nákladnost, přičemž zákazníci, kteří používají kreditní karty a bankovní převody včetně s nimi spojeného zabezpečení a pojištění, naplno využívají výhody našich nízkých cen,“ uvedla Vassili le Moigne, spoluzakladatel společnosti BigBrands a ředitel pro regionální rozvoj. Podle průzkumu MasterIndex považuje internetové nákupy více jak polovina Čechů (53 %) za bezpečné. Nejčastěji si to myslí právě ti, kteří nakupují na internetu frekventovaně (81 %). Ve srovnání se Slováků je přístup k bezpečnosti téměř srovnatelný (56 %). U Chorvatů je přesvědčení o bezpečnosti elektronických nákupů vyšší (76 %). „Bezpečnost internetových plateb garantuje technologie s názvem

MasterCard® SecureCode™. Tato technologie zajišťuje pohodlným a jednoduchým způsobem bezpečnost držitelům karet během online nakupování a zároveň poskytuje vysoké záruky obchodníkům,“ dodala

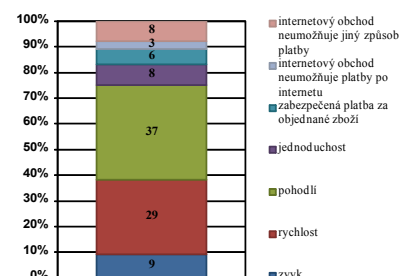


Tereza Janková. Nejčastěji se v České republice na internetu nakupuje elektronika (65 %). Dále se Češi rádi účastní internetových aukcí (40 %) nebo si pořizují oblečení (36 %). České ženy na internetu nakupují nejčastěji elektroniku

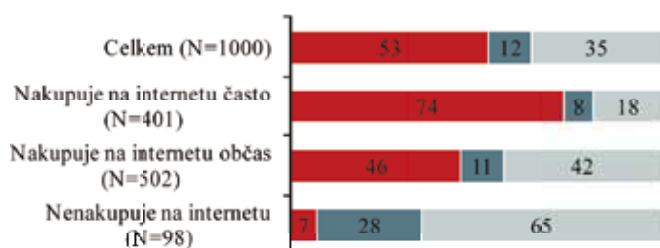
(52 %) či oblečení (45 %). Muži kromě elektroniky (77 %) a internetových aukcí (41 %) upřednostňují nákup vybavení do domácnosti (32 %). Hlavními důvody, proč Češi využívají k on-line nákupům platební kartu, jsou především pohodlí (37 %) a rychlost (29 %).

Nejčastěji kartou na internetu platí za lístky na dopravu (autobus, letenky apod.) nebo za vstupenky na kulturní akce.

Proč preferujete platit na internetu kartou?



Je pro Vás nakupování na internetu bezpečné?



■ Ano ■ Ne ■ Nevím, nejsem si jistý/jistá

UNIQA připravila produkt ke krytí vyšších poplatků za hospitalizaci

V souvislosti s blížícím se navýšením regulačních poplatků za každý den hospitalizace na 100 korun upravila UNIQA pojišťovna svůj stávající produkt a s předstihem nabídne novou verzi nazvanou Nemocnice 2012. Jde vlastně o pojištění denních dávek za nemocniční pobyt, přičemž výše dávky byla optimalizována tak, aby pokryla pohodlně povinný příspěvek pacienta. Denní dávky jsou odstupňovány podle věku a pohlaví dospělého klienta na 100

až 320 korun denně. Oproti původnímu produktu byly zdvojnásobeny. Novinkou je i zařazení věkové skupiny 63 až 65 let, která se doposud nepojišťovala. Děti ve věku do 17 let mají pojištění dokonce denní dávku ve výši 400 korun denně. Zvýšené plnění zohledňuje zejména případy, kdy dítě pobývá v nemocnici s rodičem nebo osobou blízkou, kteří jsou rovněž povinni za každý den zaplatit paušální poplatek. Pojistné je stanoveno na 1 000 korun ročně.

Plnění náleží pojištěnému za každý den hospitalizace, přičemž není omezena horní hranice (lze tedy čerpat denní dávku při dlouhodobé hospitalizaci až 365 dnů v roce). Ke sjednání pojištění stačí podepsat jednoduché prohlášení o zdravotním stavu klienta. Pojistné plnění se vyplácí na základě předložených propouštěcích zpráv z nemocnice. V případě dlouhodobých hospitalizací může klient požádat o výplatu přiměřené zálohy.

(tz)

Stopy žen v Praze



Nápad Muzea hlavního města Prahy je vskutku vynikající – přiblížit veřejnosti úlohu žen v dějinách naší metropole, jejich stopy v různých historických obdobích, a zejména odkaz dnům současným. Není divu, že projekt vzbudil řadu otázek a dal vzniknout několika souzvukným myšlenkám: zda by výstava nemohla mít brzy své pokračování a nezobrazila postavení ženy až do dnešní doby, byť je oněch stop a moderněji zprostředkovaných již daleko více než z minulosti. Výstava byla otevřena 5. října 2011 a potrvá do 15. dubna 2012.

Dnes je již ženská otázka samostatným oborem, i když jsou názory na opodstatněnost různé. Pravdou však je, že otisk ženského fenoménu v dějinách bude patrně chápán díky časům minulým jinak než přínos osobností rodu mužského. Bylo by však určitě škoda pominout originalitu ženských nápadů, přístupů a řešení při uchopování reality, v níž žily a žijí. Ať již jde o podnikatelky, manažerky, profesně třeba spisovatelky, herečky, lékařky, módní návrhářky, architektky, sportovkyně, projektantky, vědkyně, kartářky, obchodnice, učitelky. Nikdy v dějinách neměly ženy tolik příležitostí a výzev k seberealizaci jako dnes. Kořeny je třeba hledat v postupném přístupu ke vzdělání, novým technologiím, možnostem podnikat, vydělat si na sebe, cestovat, rozhodovat o sobě, smát se nahlas, vstupovat do politiky. Projekt Praha a její dcery si klade za cíl zprostředkovat dnešnímu člověku ženský svět v průběhu historie a částečně v současnosti. Chce specifickými výstavními prostředky, do určité míry uměleckými, symbolickými, zkratkou, vyjádřit ženský svět obyvatelky města, těch známých i naopak. Ve sbírkách Muzea hlavního města Prahy i mnoha dalších institucí se totiž nalézá řada předmětů, vzniklých činností Pražanek v různých obdobích, množství artefaktů, které ženy používaly, i některá umělecká díla, která zobrazují ženu v jejích rozličných životních úlohách. Součástí výstavy bude doprovodný program v podobě seminářů, diskuzí a setkávání se, prostřednictvím těchto aktivit budou široké veřejnosti představeny zajímavé ženy, ale i muži, kteří mají k tématu tak všeobecnému co říci. Výstava a doprovodný program totiž chtějí přispět ke vzájemné komunikaci i chápání rozdílů v myšlení, vnímání a uchopování světa, míří tak k otázkám a odpovědím genderovým i takovým, které patrně zbytečně nazýváme příliš těžkými. Vzájemná nedorozumění žen a mužů je také totiž jednou ze záležitostí, které příslušníky obou pohlaví stále více trápí a odnímá navzájem energii. A právě proto, že starosti i radosti žen



Miroslava Šmolíková komentuje zajímavosti ženské vzdělanosti v časech minulých

byly a jsou v mnohém jiné než starosti mužů, stojí za to o nich přemýšlet. V rámci výstavy je plánovaná konference za účasti odborníků – historiků, sociologů, psychologů a specialistů na genderovou problematiku, která se uskuteční na jaře 2012. To vše se odehrává i bude odehrávat ve dvou sálech hlavní budovy Muzea hlavního města Prahy na pražské Florenci; součástí expozice je i klub s občerstvením pod patronací Sylvio Spohra, majitele kavárny Café Louvre. Sám zde po vernisáži čepoval pivo a vítal hosty vlídným úsměvem. A jeho česká kuchyně se nezapřela – bábovka s čokoládovou polevou je už vyhlášená, alespoň v novinářské obci. Když hovořila ředitelka muzea PhDr. Zuzana Strnadová o poslání výstavy, neopomněla se zmínit o tom, že i muzeum je svým způsobem atraktivním týmem šikovných žen – tvoří polovinu zaměstnanců a celý management. Mgr. Marcela Hančilová, vedoucí oddělení prezentace, pod jejíž taktovkou se vernisáž 4. října odehrála, neskrývala nadšení z toho, že mohlo Muzeum hlavního města Praha myšlenku o ženách uskutečnit, a sama v diskuzi s naším týmem přiznala,

že genderových otázek je již mnoho a je prospěšné, někdy i zábavné o nich debatovat. Kurátorky výstavy Pavla Státníková a Miroslava Šmolíková, které měly na starost koncepci, scénář a texty, vyprávěly o ženách se zaujetím a s dávkou znalostí. Mezi řádky se dalo číst; neskrývaly emoce – jako by tento projekt byl vskutku jen začátkem a předstupněm k tomu, co bude třeba někdy následovat. Architektonické řešení Davida Vávry vyústilo v jeho vztah ke slovu a recitaci při samotném otvírání výstavy; to samo o sobě navodilo pohodu v myslích všech přítomných. Grafické řešení patří Jiřímu Sušankovi, jehož rukopis se ostatně podílel na řadě dalších projektů tohoto muzea. Výstava hledí na (pražskou) historii očima obyvatelky Prahy od pravěku až do poloviny 20. století a seznamuje nás s jejich osudy. Zprostředkovává ženský svět a řešení genderové otázky v průběhu času, seznamuje návštěvníka s některými významnými ženami spojenými svým životem s historií Prahy, zaměřuje se i na obecné ženské archetypy a genderové stereotypy. Zájem podílet se na projektu vyjádřila Městská knihovna v Praze – podívejte se na její webové stránky www.dceryprahy.cz. Pokračovat pak můžete čtením příběhů žen, které se snažily změnit svět kolem sebe. Projekt e-knihovny je partnerským projektem výstavy Praha a její dcery. Jeho obsahem jsou především zajímavé tituly ženské literatury počátku minulého století, které Městská knihovna v Praze uchovává ve svých fondech a nyní zpřístupňuje i v elektronické podobě. Na stránce www.dceryprahy.cz tak naleznete pohled několika zajímavých žen na svět začínajícího 20. století a jejich místo v něm. E-knihy si můžete stáhnout zcela zdarma, a to v několika různých formátech vhodných ke čtení ve čtečkách elektronických knih nebo v chytrých mobilních telefonech.

Eva Brixí



Finančním partnerem výstavy je
Pražská plynárenská, a.s.