

P R O S P E R I T A

Madam Business®

PS: Snad ne

Eva Brixi

Nálada březnová
Země voní
Člověk se raduje
Mobyly ve firmách zvoní
DPH tancuje v peněžence
Myslet na to se nikomu moc nechce
Zlatý déšť prší pro včely
Milencům ruší neděli
Nebudou suší
Kolik nocí už probdělí
V cizí posteli
Jo kdyby to věděli
Vlastně jen tuší
Co všechno podraží
Zavřeli kavárnu v nebeském podlaží
Jo to jsme nechtěli
Na rande zbyde prázdné nádraží
Kdoví však
Zda už nám neujez vlak

PS: Snad ne

Markéta Šichtařová

Budu si dělat věci po svém

str. 1, 10–11

rozhovor měsíce s jednatelkou
a ředitelkou společnosti Next Finance, s.r.o.,
Ing. Markétou Šichtařovou

Estée Lauder představuje BRONZE GODDESS CAPRI

Objevte novou kolekci sluncem zalitých barev a vůní inspirovanou krásou ostrova Capri. NOVINKA od Estée Lauder pro léto 2012 – limitovaná edice kolekce Bronze Goddess Capri



zachycuje omamný pocit léta na tomto exotickém místě. Vzhled líčení je rafinovaný a sexy

– jsou to teplé tóny prosycené sluncem a třpytivé zlatavé metalické odstíny doutnající vedle smělé hnědé a bílé. Pokožka září okouzlujícím bronzovým opálením. Oči jsou zvýrazněné, upoutávají podmanivými barvami, zatímco přitažlivé rty vábí k polibku. Tuto kolekci ještě doplňují dvě lákavé smyslné vůně. Nová kolekce Bronze Goddess Capri se přidává ke kultu oblíbených výrobků Bronze Goddess a probouzí jedinečné představy o nevázaně svůdné opojnosti léta.

(tz)



Kamarádka jí zachránila život

Darovat ledvinu může kdokoliv, kdo je zdravý, úspěšně absolvoval všechna předtransplantační vyšetření a je ochoten nemocnému pomoci. Přesně to udělala Gabriela Jochymková, matka dvou dětí, která se rozhodla zachránit život své nejlepší kamarádce Barboře Smilovské a na konci roku 2011 jí darovala svou ledvinu.

„Od konce dubna roku 2005 jsem byla dlouhodobě sledována pro chronické onemocnění ledvin, které se postupně zhoršovalo, a v červnu roku 2009 jsem zahájila peritoneální léčbu. Pak se moje nejlepší přítelkyně Gabriela Jochymková nabídla, že by mi ledvinu darovala. Nevěděla jsem, co na to říct, bylo to velmi emotivní,“ uvedla příjemkyně nové ledviny, Bára Smilovská. „Zároveň jako zdravotní sestra jsem si byla vědoma všech rizik, která mohou mou kamarádku čekat. Snažila jsem se jí vše pečlivě vysvětlit, ona však byla pevně rozhodnutá. Konečně přišlo jaro roku 2011 a my jsme dostaly termín na veškerá potřebná vyšetření nutná k transplantaci. Všechna našetřít dopadla dobře a 22. listopadu 2011 mi byla ledvina transplantovaná. Uplynulo několik měsíců a já se cítím dobře. Velmi důležitý byl a je pro mě i zdravotní stav mé kamarádky Gabriely. Je v pořádku a já jí budu vděčná za život, který mi tak darovala,“ řekla závěrem Barbora. Už se stalo zvykem, že druhý čtvrtek v březnu patří ve světě prevenci ledvin a ani letos tomu nebylo jinak. Ve čtvrtek 8. března mohli všichni zájemci z Moravskoslezského kraje navštívit dialyzační střediska B. Braun Avitum v Ostravě-Vítkovících, Třinci, Bruntále a Bílovci a nechat si ledviny bezplatně vyšetřit. Součástí základního preventivního vyšetření je změření krevního tlaku, BMI, rozbor moči a zjištění hladiny cukru v krvi. O tom, že tato vyšetření mají svůj smysl, svědčí především statistická data z loňského roku, kdy z 229 vyšetřených zájemců v Moravskoslezském

kraji bylo 49 pacientům doporučeno podrobnější nefrologické vyšetření. „Již pátým rokem se aktivně zapojujeme do celosvětového dne ledvin, jehož cílem je upozornit veřejnost na zrádnost tohoto onemocnění, které je povětšinou bezbolestné a v případě neléčení může vést až k selhání ledvin. Pokud se tak stane, pacient je doživotně odkázán na dialýzu a v lepším případě se stane čekatelem na transplantaci ledviny,“ vysvětlil úskalí neléčených ledvin MUDr.

Roman Kantor, člen lékařské rady B. Braun Avitum v Moravskoslezském kraji. „V dnešní době jsou možnosti pacientů výrazně vyšší, než tomu bylo třeba před 20 lety. Kromě velmi účinné hemodiafiltrace na středisku si mohou pacienti provádět dialýzu sami v domácím prostředí, tzv. peritoneální dialýzou. Díky vynikajícím výsledkům transplantační chirurgie jsou šance nemocných na kvalitní život s transplantovanou ledvinou vysoké,“ dodal Roman Kantor. Transplantace orgánů od žijících dárců má zásadní vliv na délku a kvalitu života transplantovaného pacienta. Funkčnost ledviny od žijícího darce je až dvakrát delší, než od mrtvého, tedy i 20 let a více. Najít takového darce je ale obtížné. Nejvhodnějšími dárči jsou členové rodiny, příbuzní, mohou to však být i přátelé a kamarádi.



Bára Smilovská (na snímku vpravo) žije s ledvinou Gabriely Jochymkové

Nejvýznamnější transplantační pracoviště v Moravskoslezském kraji je ve Fakultní nemocnici Ostrava. „V letošním roce uplyne 20 let od založení Transplantačního centra FN Ostrava. Za tuto dobu jsme provedli celkem 769 transplantací ledviny a z toho 50 transplantací od žijících dárců (tzv. příbuzenských transplantací). Ročně tedy vykonáme přibližně tři až pět příbuzenských transplantací, což odpovídá průměru v celé České republice,“ řekl vedoucí lékař Transplantačního centra ve FN Ostrava, MUDr. Jiří Samlík. „Posledních 10 let navíc provádíme odběry ledvin od žijících dárců výhradně laparoskopicky, čímž výrazně zlepšujeme pooperační průběh rekonvalescence žijících dárců ledviny,“ dodal MUDr. Jiří Samlík.

(red)

Era dává účetním roční prázdniny

Počátkem března spustila Era unikátní Era program pro účetní, jehož cílem je odměnit tuto často nedoceněnou profesi, která zvyšuje konkurenceschopnost živnostníků a firem na trhu. Mezi hlavní benefity programu patří roční poplatkové prázdniny u Era účtu k podnikání a Era účtu pro právnické osoby. Účetní a daňoví poradci mohou také požádat o Era kontokorent k podnikání se zvýhodněnou úrokovou sazbou. „Daně a účetnictví jsou zásadním předpokladem pro úspěšné fungování firmy. I přesto bohužel mnoho lidí pohlíží na pozici účetních s nepochopitelným despektem. V Eře si však jejich práce velice vážíme a jako výraz poděkování jsme se rozhodli pro účetní připravit zvýhodněnou nabídku moderních finančních produktů Era,“ řekla Lenka Heřmánková, manažerka segmentu SME Poštovní spořitelny. Prominutí poplatků u Era účtu k podnikání a Era účtu pro právnické osoby se týká nejběžnější účtovaných transakcí na účtu (např. vedení účtu, došlé platby, vklad a výběr hotovosti na Finančních centrech i pobočkách České pošty, trvalé, jednorázové či hromadné příkazy a další). Pro všechny majitele Era účtu k podnikání navíc platí, že mohou získat Era osobní účet bez poplatku

za vedení. Oba účty lze následně snadno ovládat přes jedno uživatelské číslo v rámci internetového bankovníctví a jednoduše tak spravovat své soukromé i podnikatelské finance. „Ještě do nedávna jsem souhlasila s drobnými podnikateli, že podnikatelské účty jsou drahé a že se jim toto oddělení financí nevyplatí. Raději vyznačovali každou podnikatelskou platbu na svém soukromém účtu, nebo rovnou platili za větší časovou náročnost při zpracování jejich účetnictví. Pak jsem ovšem objevila Era účet k podnikání, který má významně nižší poplatek za vedení účtu než ostatní banky, a navíc k němu získáte i běžný účet pro soukromé finance bez poplatku za vedení. To se už opravdu vyplatí. Je sice pravda, že existují banky, které mají podnikatelský účet zcela bez poplatků, ale na druhou stranu už asi neposkytují další produkty jako kontokorent nebo kreditní kartu k podnikání, a hlavně nemají tolik kontaktních míst jako Era. A navíc, do které banky můžete jít i v sobotu dopoledne? Moc jich není, že? Kdežto s Era účtem můžete zajít na jakoukoli poštu. V současné době jednoznačně doporučuji Era účet k podnikání,“ dodala ze své zkušenosti Zuzana Pšeničková, vítězka soutěže Era Účetní roku 2011.

(tz)

NOVÁ KIA RIO OBDIV ZARUČEN



od 199 980 Kč*

Nová Kia Rio je prostě obdivuhodná. Nechte se svést jejím **designem**, který sbírá prestižní ocenění; **úsporami**, kterých dosahují její výkonné motory; **pocitem bezpečí**, který je korunován pěti hvězdičkami Euro NCAP; **bohatou výbavou a komfortem**, který nabízí již v základním provedení.



* Cena je včetně DPH a platí při využití Kia Finance Bonus: akontace 30 %, RPSN 22,5 %, výše splátky 3 328 Kč, výpůjční úroková sazba 14,97 %, počet splátek 60, celková splatná částka 223 963 Kč. Součástí úvěru je povinné uzavření pojištění POV a HAV, splátka pojištění 637 Kč. Kombinovaná spotřeba 3,9 - 6,3 l/100km. Emise CO₂ 102 - 147 g/km. Vyobrazení vozu je pouze ilustrativní.

www.kia.cz





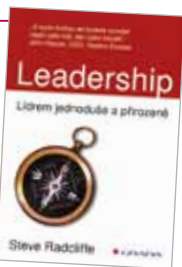
Všechno je naopak

Řekla jsem si, že budu brzy vstávat, jako tomu bývalo kdysi, kdysi dávno. Abych si prodloužila den a měla více času na práci i radosti. Místo toho spím, jako bych nejráději chtěla prospat půl života či dohnat celoživotní spánkový deficit. Řekla jsem si, že začnu jíst velmi střídavě, v ten okamžik uvědomění si sebe sama jsem zbledla tři čtvrtky čokolády. Řekla jsem si, že budu konečně obezřetná a budu dvakrát měřit a jednou řezat. Od té chvíle jsem zbrklostí nadělala chyb jak máku.

Říká se, že myšlenka je matkou činu. No, po předchozích zkušenostech nevím nevím. Možná bych měla myslet obráceně. Stanovit si, co všechno ten den neudělám, komu nezavolám, koho nepočastuji mailem. Třeba by to šlo a můj život by se změnil – stala bych se vzorňas, až by ze mne šla hrůza. Jenže, co s tím. Byla bych jako robot, jako excel, jako abstinent. Ti jsou prý nejhorší.

Hledám model, jak být efektivní, jak neztrácet čas hloupostmi. Na druhé straně – nejsou ty hlouposti právě našim osvěžením? Nad něž je třeba se povznést a které milovat zároveň? Sama nevím. A co vy?

vaše Eva Brixi



Tip Grady

Leadership Lídrem jednoduše a přirozeně

Knížka, která je evropským bestsellerem a sklízí mnoho nadšených reakcí, ukazuje, že leadership nemusí být komplikovanou záležitostí, ale naopak – stačí, když se soustředíte na tři skutečně rozhodující oblasti leadershipu. Autor, jenž patří k nejúspěšnějším koučům lídrů, vám kombinací otázek a akčních plánů nabídne návod, jak krok za krokem identifikovat oblasti, na něž byste se vy osobně měli zaměřit. Podělí se o rady a osvědčené techniky, které přispějí k významnému zlepšení vašich vůdčích dovedností. Steve Radcliffe vychází ze své práce se skutečnými lídry v reálných situacích. Nejlepší lídři nevynikají svými schopnostmi, dovednostmi či osobnostními předpoklady. Odlišují se tím, že vědí, na čem jim záleží, a jdou za tím, vědomě se soustředí na činnost, jež je posunou co nejdál. Kniha je efektivní pomůckou, která vám pomůže stát se jedním z nich. Učí nás, jak máme: být vedeni budoucností, kterou si přejeme, a zůstat věrni své vizi.

Knížka, která je evropským bestsellerem a sklízí mnoho nadšených reakcí, ukazuje, že leadership nemusí být komplikovanou záležitostí, ale naopak – stačí, když se soustředíte na tři skutečně rozhodující oblasti leadershipu. Autor, jenž patří k nejúspěšnějším koučům lídrů, vám kombinací otázek a akčních plánů nabídne návod, jak krok za krokem identifikovat oblasti, na něž byste se vy osobně měli zaměřit. Podělí se o rady a osvědčené techniky, které přispějí k významnému zlepšení vašich vůdčích dovedností. Steve Radcliffe vychází ze své práce se skutečnými lídry v reálných situacích. Nejlepší lídři nevynikají svými schopnostmi, dovednostmi či osobnostními předpoklady. Odlišují se tím, že vědí, na čem jim záleží, a jdou za tím, vědomě se soustředí na činnost, jež je posunou co nejdál. Kniha je efektivní pomůckou, která vám pomůže stát se jedním z nich. Učí nás, jak máme: být vedeni budoucností, kterou si přejeme, a zůstat věrni své vizi.

partneři www.madambusiness.cz

Amway

www.amway.cz

your chance

www.yourchance.cz

Genius Media

www.geniusmedia.cz

**OREA
HOTELS**

www.orea.cz

**UniCredit
leasing**

www.unicreditleasing.cz

**LG
Life's Good**

www.lg.com

ng

www.ngprague.cz

**resort
SVATÁ KATEŘINA**

www.katerinarresort.cz

**KIA
KIA MOTORS
The Power to Surprise**

www.kiamotors.cz

Edenred

www.edenred.cz

**REGINA
KOSMETIKA**

www.reginakosmetika.cz

credium

www.credium.cz

templarske-sklepy.cz

www.templarske-sklepy.cz

**BON
BON**

www.bon-bon.cz

**VOX
kurzy, semináře
rehabilitace**

www.vox.cz

211

www.zpmvcr.cz

Model

www.modelpraha.cz

JACHYMOV

www.laznejachymov.cz

ZTS

www.zts.cz

**AB
COSMETICS**

www.ab-cosmetics.com

economy-rating.cz

www.economy-rating.cz

**COOP
CENTRUM**

www.coop.cz

Cetelem

www.cetelem.cz

Prosperita Madam Business

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 6, březen 2012

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?

▶ **Monika Kofroňová**
Interim Corporate Communications
Manager, tisková mluvčí, Henkel ČR

Nepochybně. Člověk ke svému životu potřebuje informace a v dnešní době se nároky na kvalitu, dostupnost a průhlednost informací stále zvyšují.

Stupňují se i požadavky na komunikační dovednosti. Dobře prezentovat své myšlenky se učí už děti na základních školách a ve světě byznysu ne najdete nikoho, kdo by se dokázal prosadit, aniž by se nenačil správně komunikovat se svými partnery, zákazníky, zaměstnanci, médii... I přes tento jasně silící, a pro nás „komunikační důstojníky“ zcela jistě pozitivní trend, nacházím v oblasti komunikace bílá místa. A těším se, že se do nich už brzy pustíme. Za sebe začnu s absencí komunikace o závažných tématech, jakým je například trvale udržitelný rozvoj. Co na tom, že pro média zatím není dost sexy? ◀◀



Co oceňujete na podnikatelkách a manažerkách?

▶ **Dušan Pirich**
Eaton Elektrotechnika s.r.o.
Country Sales Manager

Ženy do firem a podnikání přinášejí mnohem měkčí přístup, který obzvláště při vyjednávání v obchodě, na poradách, ale i organizaci pracovních úkolů může být velkou výhodou. Dokáží nám sdělit dokonce i nepříjemné věci tak, že je vezmeme téměř bez výhrad.

Na manažerkách a podnikatelkách rovněž obdivuji jejich kreativitu, která nese odlišné znaky od kreativity nás mužů, a to zejména díky jejich osobitému pohledu na věc. Mluví-li se v jaderných elektrárnách o provozní slepotě jako o největším riziku pro vznik nebezpečných situací, neměli bychom podléhat provozní slepotě ani v podnikání a rozhodně mít ženy ve společnostech ve všech funkcích, kde to je jen možné. ◀◀

Informace do kabelky

Více než třetina českých živnostníků šetří a v brzké době neplánuje žádné investice

Nejistota na trhu, obavy ze zdražování výrobních vstupů a současná recese české ekonomiky – to jsou jen některé důvody, proč 36 % živnostníků neplánuje v letošním roce žádné významné investice. Téměř polovina z nich pak svoji podnikatelskou činnost v dlouhodobém horizontu vůbec neřeší. Vyplývá to z průzkumu, který si nechala zpracovat Era od Poštovní spořitelny.

Téměř polovina podnikatelů sice plánuje investovat peníze do nákupu zboží nebo vybavení provozovny, ale při jejich financování jsou opatrní. „Peníze na veškeré aktivity plánují čerpat v první řadě z vlastních zdrojů. Jen čtrnáct procent živnostníků zvažuje financování půjčkou od banky,“ vysvětlil Aleš Pospíšil, výkonný ředitel Řízení segmentů Poštovní spořitelny.

Při vyřizování bankovní agendy se podnikatelé nejčastěji řídí heslem: „Čas jsou peníze“. Proto přibližně 90 % používá pro své podnikatelské i osobní účely internetové bankovníctví. Jeho prostřednictvím vyřizují standardní a pravidelné finanční operace. „Průzkum ukázal, že živnostníci se nejčastěji se svým problémem obracují na svého osobního poradce na pobočce banky. V případě vyřizování osobních účelů využívají častěji zákaznickou linku,“ doplnil Aleš Pospíšil. (tz)

Podnikatelská příležitost Amway

Jaro s sebou přináší spousty otázek – mnohé z nich si kladou ženy ráno i večer před zrcadlem, když touží po tom, aby právě to jejich bylo kouzelné a alespoň trochu zalhalo. Každá chce být přece ta nejkrásnější... Prání však nestačí, to bývá jen prvním krokem ke změně. Ke změně pohledu na sebe samu, změně v líčení, nebo i změně značky. Jednou z firem, které dokáží nabídnout vysoce kvalitní produkt a odpovědné poradenství, je společnost Amway.



Ildiko Dikošová

Společnost Amway znáte z našich stránek, a mnozí i v roli zákazníků. A nejen s ohledem na sortiment kosmetiky, ale také díky přípravkům pro péči o domácnost, pracím prostředkům, potravinovým doplňkům, i vysoce jakostním potravinám, jako je olivový olej nebo káva a čaj. O úspěších roku uplynulého i radostech toho současného jsem hovořila s Ildiko Dikošovou, ředitelkou Amway pro Českou a Slovenskou republiku:

Jaro s sebou přináší novou energii, v domácnostech se uklízí a ženy rády osvěží své líčení. O jaké produkty je vlastně nyní největší zájem?

Začátkem roku jsme uvedli novou limitovanou kolekci dekorativní kosmetiky pod názvem „Escape to Paradise“, která je velmi příjemným zpestřením stálé kolekce ARTISTRY. V rámci této kolekce jsme uvedli paletu očních stínů, růží na tváře, lesků na rty a dvě tužky na oči. Mezi našimi dámmi to okamžitě vyvolalo obrovský zájem. Ale určitě mezi nesmírně oblíbené výrobky patří také ARTISTRY Crème LuXury.

A po dlouhé zimě je jistě potřebné pleti dopřát více péče a na toto je právě velmi vhodný už zmiňovaný ARTISTRY Crème LuXury. Každá žena si ráda dopřeje trochu „hýčkání“.

Vím, že jste na trh uvedli báječnou novinku – lesk na rty „s baterkou, svítidlem, světélkem“, nevím, jak to správně pojmenovat. Co bylo cílem takové hravé inovace?

Přesný název tohoto výrobku je „beautycycle Svítící lesk na rty“. Z důvodu, že podobný výrobek byl a je v Americe velmi oblíbený, rozhodli jsme se ho uvést také v Evropě pod značkou beautycycle. Podle mě je to perfektní marketingový nástroj jak upoutat okolí. Příklad, jste v restauraci nebo v baru, kde není moc dobré osvětlení. S tímto leskem nemusíte odcházet na toaletu, abyste si upravily rty, ale stačí ho vytáhnout z kabelky, otevřít a použít. A zároveň jistě soustředíte zájem ostatních a tím pádem máte úspěch zaručený.

Loňský rok nebyl pro řadu firem příznivý, Amway přesto dosáhla velkých úspěchů. Dobře jste prodávali. V čem je podstata?

Máte pravdu, Amway celosvětově opět dosáhla obrovského úspěchu. Další rekordní rok s dvojcifurním nárůstem. Firma Amway zveřejnila tržby za rok 2011 – dosáhly výše 10,9 miliard USD. A v čem spočívá úspěch? Určitě jedna jeho část spočívá v naší nabídce, protože máme výrobky denní spotřeby, ale i výrobky dlouhodobé spotřeby. Mezi naše významné řady patří značky ARTISTRY, NUTRILITE, Amway Home, eSpring a iCook. Ale naši vlajkovou loď je určitě jedinečná „Podnikatelská příležitost Amway“ a právě pod touto příležitostí se schovává celý úspěch Amway.

Spoléháte na šikovné distributory, na jejich obchodní talent, umění jednat se zákazníky. Co je největší předností přímého prodeje u nás?

I když Česká republika nepatří mezi lídry v rámci přímého prodeje v Evropě, jako například Francie nebo Rusko, určitě má pevné základy a je stále víc a víc populárnější i u nás. Největší výhodou je osobní kontakt se zákazníky, péče o ně a 100% záruka spokojenosti.

Vaše společnost hodně sází na ekologické výrobky, ctí světovou udržitelnost, odpovědnost vůči životnímu prostředí.

Vyplácí se to? Jak to vnímají spotřebitelé?

Určitě ano. Naším distributorům to samozřejmě pomáhá při prezentaci a argumentaci, v komunikaci se zákazníkem a rozhodně je to velká konkurenční výhoda.

Hodně příznivců máte mezi alergiky – spoléhají na vaše prací přípravky, mýdla, doplňky stravy. Na co nového se mohou v budoucnu těšit?

Rok 2011 byl významným v rámci inovace našich nosných výrobků Amway z kategorie Péče o domácnost pod značkou Amway HOME. Vylepšili jsme složení, všechny výrobky jsou šetrné k životnímu prostředí, a tím jsou i ekonomicky výhodné. Takže když se vrátím k předchozí otázce, ano určitě je to pro firmu výhodné. Letos budeme zase uvádět na český i slovenský trh výrobky z řad značek ARTISTRY a NUTRILITE. Takže spotřebitelé se mají jistě nač těšit.

otázky připravila Eva Brixl



Otevřít dveře příležitostí

Patří už marketing mezi překonané metody a máme ho čím nahradit? Jakou roli v businessu budou hrát sociální média? Má reklama podněcovat záporné emoce, nebo vyvolávat pocity libosti? Proč zůstává marketingová komunikace v mnoha společnostech Popelkou? Na tyto a podobné otázky odpovídá Doc. PhDr. Jitka Vysekalová, Ph.D., prezidentka České marketingové společnosti.

Jaká je úloha marketingové komunikace v dnešní době? Změnila se v posledních letech a jaká dle vašeho názoru bude?

Často slyšíme otázku, zda je tradiční marketing a marketingová komunikace skutečně mrtvá a zda to, co je komunikováno jako něco zcela nového a převratného, není jen nový název pro známé postupy a řešení. Marketing se samozřejmě vyvíjí zároveň s rozvojem společnosti a globálními společenskými, ekonomickými a technologickými změnami. Také fragmentací trhů a větší rezistencí zákazníků vůči tradičním stimulům marketingové komunikace. Takže marketing i marketingová komunikace se mění a bude se měnit. Mění se chování spotřebitele a tomu se musí přizpůsobit. Jsou to spojené nádoby. Člověk i jako spotřebitel je vystaven velkému množství informací, které nedokáže zpracovat. Údajně jsou každý den generována data o objemu 2,5 trilionů bytů (studie IBM). K dispozici jsou údaje z tradičních i nových zdrojů. Jak získané informace efektivně využít, je a bude čím dál tím větší problém. A není to jen problém marketingu. Obecně je stále složitější oddělit podstatné od nedůležitého a orientovat se v zákornostech současného světa. Paleta komunikačních nástrojů je a bude pestřejší. Ale je nutné porozumět přednostem i omezením jednotlivých nástrojů, abychom je dokázali cíleně a adekvátně uplatňovat. To platí i pro sociální média, která jsou velkou platformou pro získávání informací i vyjádření vlastních názorů, ale i jejich využití má svoje omezení. Důležitou roli hraje také měnící se skladba obyvatel. Na jedné straně je to příliv mladších generací, které mají jiný přístup k informacím i spotřebě, a na druhé straně stárnoucí populace, především v Evropě.

Zatímco velcí hráči mají specializovaná marketingová oddělení, týmy marketérů a sofistikované marketingové strategie, menší firmy tuto oblast podceňují nebo zcela opomíjejí. Co v tomto směru považujete za Achillovu patu českých podnikatelů?

Není to zdaleka tak jednoznačné. Mnohdy nepomohou ani velká marketingová oddělení. Ukazuje na to např. studie společnosti IBM, které se zúčastnilo více než 1700 marketingových ředitelů (tzv. CMOs)

z 64 zemí a 19 různých odvětví. Většina vedoucích marketingových pracovníků si uvědomuje, že v současnosti probíhá zásadní změna ve způsobu komunikace se zákazníky. Zároveň však mají pochybnosti, zda jsou jejich marketingové systémy na tuto změnu připraveny. Ze studie IBM vyplynulo, že přestože 82 % marketingových ředitelů hodlá v příštích třech až pěti letech začít využívat sociální média ve větší míře, v současnosti získává informace pro modelování marketingových strategií sledováním blogů pouze 26 % z nich. V případě čtení hodnocení třetích stran jde o 42 % respondentů a ze spotřebitelských hodnocení se informuje 48 % respondentů. Nelehká úloha marketérů mnohdy pramení z nedůvěry vedení, nebo nejasné pozice ve struktuře firmy. Takže problémem českých marketérů je dle mého názoru kromě nedostatečného zastoupení odborných marketingových útvarů také nevyužívání marketingových analýz a mnohdy i neznalost krátkodobých a dlouhodobých cílů a nedostatečná spolupráce s ostatními pracovníky top managementu. Globálně lze říci, že se všichni potýkají se záplavou dat z tradičních i nových zdrojů (včetně sociálních sítí), která nedokážou zpracovat a efektivně využít, optimální volbu mezi stále rostoucím množstvím informačních kanálů a stále složitější je i výběr a správné zaměření na cílovou skupinu. Nestačí měnit jen marketingovou praxi, ale především marketingové myšlení. A opět jsme u orientace na člověka nejen jako zákazníka.

Já jsem přesvědčena, že podpora marketingových aktivit je důležitá samozřejmě v každé době, ale mimořádný význam získává právě v dobách ekonomicky složitých a problematických, kdy může významně přispět k řešení řady problémů. A ty konkrétní osobnosti, které to dokázaly, oceňuje soutěž Marketér roku symbolem Modrého delfína.

Vraťme se k reklamě. Co je důležité „dodržet“, aby reklama byla účinná? V poslední době jsou na pořadu dne hlavně emoce.

Jak je to s využitím emocí v reklamě?

Reklama chce většinou lidi motivovat k nákupu. Kromě potřeb jsou významným zdrojem motivace emoce, kterými je uspokojení či neuspokojení potřeb provázeno. Ale člověk vyhledává silné emocionální prožitky nejen v zájmu uspokojení potřeb, ale i pro ně samotné. Reklama jako významný prvek současného života může vzbuzovat emoce tím, že přináší nové a neobvyklé podněty. Efektivní je spojení produktu s pozitivní emocí, kdy se zvyšuje pravděpodobnost, že si člověk při nákupu vybere právě ten výrobek, tu značku, která příjemné emoce navodila. Řada výzkumů potvrdila, že motivace využívající „princip slasti“ je účinnější než motivace využívající strach a další negativní podněty. Výzkumy mozku z poslední doby ukazují, že emoce jsou rozhodující a že emocionální osobnostní těžiště do značné míry rozhoduje, které produkty a značky vzbudí zájem. Procesy jsou pro zákazníka nevědomé a my víme, že cca 70 % nákupních rozhodnutí patří do této oblasti. O racionalitě emocí zajišťujících naše přežití hovoří i moderní filozofové. I když ani to není tak zcela nové, tyto myšlenky můžeme najít už u Nietzscheho, Shopenhauera či Spinozy. Ale přírodovědecké důkazy nám dávají právě výzkum mozku. V současné době čteme často o využití neuromarketingu, ale to by bylo na samostatnou diskuzi.



Doc. PhDr. Jitka Vysekalová, Ph.D.



MDŽ a manažerky

Ať už je historie tohoto svátku jakákoli, je zřejmé, že v poslední době stále více žen ve vysokých manažerských pozicích tento den rovnoprávnosti oslavuje, a to i ve firmách, ve kterých dříve panovala nadvláda mužů.

Společnost DuPont zaměřená na špičkovou vědu a technologii je příkladem tohoto trendu. Pětapadesátiletá Američanka Ellen J. Kullman je generální ředitelkou společnosti a pravidelně se umísťuje v žebříčcích nejvlivnějších žen světového businessu, jako je Women on Top 2011 časopisu Financial Times nebo 100 Most Powerful Women časopisu Forbes. Při nástupu do pozice stál před Ellen J. Kullman úkol směřovat firmu k hlavnímu cíli, kterým je využívání vědy, výzkumu a inovací k řešení tří hlavních megatrendů dneška: zajištění globální produkce potravin, snížení závislosti na fosilních palivech a vylepšení ochrany osob i životního prostředí. „Jsme společnost s více než dvoustetletou historií,“ potvrdila Ellen J. Kullman. „Jestli se ale chceme dožít tří stovek let, nestačí ptát se, čím polymer je lepší. Když procházím strategiemi k našim produktům, vždy se táži: Co to je, to víme dobře, ale co by to mohlo být...?“ Svou kariéru u společnosti DuPont zahájila v roce 1988 na pozici marketingové manažerky. Později zastávala pozici obchodní ředitelky několika různých divizí, v roce 2002 byla jmenována viceprezidentkou divize zabývající se segmentem bezpečnosti

a ochrany. O čtyři roky později se stala výkonnou viceprezidentkou se zodpovědností za tři obchodní divize. V pořadí 19. generální ředitelkou společnosti DuPont se stala roku 2008. Společnost DuPont je v ženských rukou i u nás. V čele operací v Česku, ale také na Slovensku a v Maďarsku, stojí od loňského roku Soňa Krausová (39). Do společnosti DuPont nastoupila v roce 1997 a starala se o finance a finanční řízení v České republice a Švýcarsku zejména v divizích inovací ve stavebnictví a ochrany zemědělských plodin. Od loňského roku má na starost kompletní činnost pražské pobočky a zároveň je i jednatelkou závodu na výrobu polyvinyl butyralových (PVB) fólií v Holešově. Kromě ní zastávají ženy další dvě ze čtyř nejvyšších ředitelských pozic ve společnosti DuPont v České republice. Závod DuPont Nutrition and Health (dříve Danisco) na výrobu pektinu v Smečicích řídí Blanka Valušová a pobočku DuPont Pioneer v Břeclavi má na starost Romana Partilová. Společnost DuPont dodává na globální trh již od roku 1802 špičkové vědecké postupy a technologie v podobě inovativních produktů a materiálů. Věřím, že díky spolupráci se zákazníky, vládami, nevládními organizacemi a špičkovými vědci může pomoci hledat a nacházet řešení globálních otázek, jako je zabezpečení dostatku zdravých a výživných potravin pro všechny, snížení závislosti na fosilních palivech a ochrana života a životního prostředí. (tz)

www.dupont.cz

Ondrášovka a Lucie Bílá

Posílit brand Ondrášovka a povědomí o správném pitném režimu všeobecně – s takovým předsevzetím zahájil nový rok přední český výrobce minerálních vod, akciová společnost ONDRÁŠOVKA. Tváří nového projektu se stane zpěvačka Lucie Bílá. „Cílem kampaně je zvýšit povědomí

o Ondrášovce, která se čím dál tím častěji objevuje v regálech obchodů. Ondrášovka splňuje nejpřísnější hygienické limity, díky svému složení je vhodná pro každodenní užití a nabízí perfektní poměr cena/kvalita. Rádi bychom prostřednictvím kampaně ukázali, že za cenu běžné stolní vody je možné pít minerálku bohatou na zdraví prospěšné látky,“ vysvětlil Libor Duba, generální ředitel společnosti ONDRÁŠOVKA. (tz)



► Česká marketingová společnost pořádá již po sedmé soutěž Marketér roku. Čím tato soutěž dle vašeho názoru a vašich zkušeností obohatila domácí podnikatelské prostředí?

Hlavním cílem soutěže, stejně jako České marketingové společnosti, je přispět k rozvoji marketingu v Česku, popularizovat výrazné osobnosti oboru, vyzdvihnout jejich odborný přínos a zásluhy a seznámit veřejnost s marketingovými pracovníky, kteří v různých teoretických i praktických oblastech přispívají k úspěšnému vývoji společnosti. Tolik oficiální charakteristika soutěže. Já jsem přesvědčena, že podpora marketingových aktivit je důležitá samozřejmě v každé době, ale mimořádný význam získává právě v dobách ekonomicky složitých a problematických, kdy může významně přispět k řešení řady problémů. A ty konkrétní osobnosti, které to dokázaly, oceňuje soutěž Marketér roku symbolem Modrého delfína. Pro mě osobně je to navíc radost ze setkávání se zajímavými lidmi, kteří rozumí svému oboru a jsou ochotni pro další vývoj něco udělat. A to je v té záplavě katastrofických událostí a negativních zpráv, kterými jsme zahlcováni, hodně.

Máte ještě ve své profesi nesplněné přání? Co by vám udělalo radost?

Plním si většinu přání už tím, že pracuji v oboru, který mě baví, a většinou si už mohu i vybírat lidi, s kterými chci pracovat. Určitě mám nějaká přání i do budoucna, stále se musíme na něco těšit. Jak v soukromém, tak profesním životě. Je důležité, aby naše konání mělo smysl, protože život má takový smysl, který mu dáme. Tak, aby skutečnost předstihla každou fantazii, protože fantazie přece jen musí počítat s jakousi pravděpodobností. Někdo moudrý řekl, že „když se jedny dveře zavřou, jiné se otevírají. My ale tak dlouho hledíme s lítostí na ty zavřené, že si nevnímáme těch, které se pro nás právě otevřely“. Takže na závěr přání, abychom viděli ty dveře, které se otvírají, nebo ještě lépe, je uměli otevřít sami. za rozhovor poděkoval Pavel Kačer

Vyhodnocení soutěže

V únorovém vydání Prosperity Madam Business na vás čekala soutěž se značkovou kosmetikou Weleda.



Ze správných odpovědí jsme vylosovali dvě. Výhercům posíláme balíčky krémů Weleda Granátové jablko denní krém a Granátové jablko noční krém.

Správná odpověď zní:

Řada Granátové jablko Weleda zahrnuje tyto produkty: denní krém, noční krém, oční krém, sérum.

Těmi šťastnými jsou:

Marie Jedličková z Prahy a Pavlína Jandová z Českých Budějovic **Blahopřejeme k výhře!**

Podnikatelky v Brně prakticky

Přesně měsíc před prvním jarním dnem, 21. února 2012, byla v Brně zahájena činnost Regionálního Top Centra Podnikatelek v Brně. Brněnské Regionální Top Centrum bylo založeno jako další pobočka Top Centra Podnikatelek v Praze, která je dceřinným sdružením Občianskeho združenia Top Centrum Podnikateliek (OZ TCP) v Bratislavě.



Ing. Dagmar Jelínková

Akce probíhala pod záštitou primátora statutárního města Brna Romana Onderky a za přítomnosti významných osob a čestných hostů, mezi nimiž nechyběly zástupkyně města Brna – zastupitelka města Brna Irena Matonohová, starostka Sabina Tomášková nebo děkanka PF VUT Anna Putnová. Top Centrum Podnikateliek bylo založeno v roce 2001 jako nezávislá organizace sdružující podnikatelky a ženy z podnikatelského prostředí bez ohledu na jejich politickou příslušnost, náboženství, národnost nebo rasu. OZ TCP spolupracuje s dalšími organizacemi, jako např. s Moravskou asociací podnikatelek a manažerek, Fórem žen ČR či s Klubem žen při České manažerské asociaci. Úzká spolupráce probíhá i na mezinárodní úrovni např. s německým sdružením Fórum Evropa, s celoněmeckým svazem podnikatelek VdU, s italskou obchodní komorou v Udine, bulharským Svazem podnikatelek a také se Světovou asociací podnikatelek. Spolupráce s výše uvedenými organizacemi se promítla do řady společných projektů, z nichž lze jmenovat např. mezinárodní workshop „Správné metody a postupy v ženském podnikání na regionální, národní a evropské úrovni“, mezinárodní konferenci „Žena – tvůrčí osobnost 3. tisíciletí“. Za účelem rozvoje spolupráce evropských svazů podnikatelek a manažerek vznikla v roce 2011 při OZ TCP nová platforma, a to Mezinárodní klub podnikatelek a manažerek, ve kterém se členkami Správní rady staly kolegyně z České republiky, Itálie a Německa. Cílem Top Centra Podnikatelek je podpora žen při jejich vstupu do podnikání, budování networkingu, výměna zkušeností, organizování mezinárodních konferencí, odborných

seminářů, workshopů a spolupráce při odstraňování disparit na trhu práce. Neméně důležitou aktivitou, kterou se OZ TCP zabývá, je poradenství, které na klubových schůzkách nebo osobně poskytuje odbornice z různých oblastí, jako např. právníčky, daňové poradkyně, odbornice z oblastí marketingu, prodeje, a dalších oblastí souvisejících s podnikáním. Stále narůstající poptávka po těchto službách je pozitivním signálem, že zájem o ekonomickou nezávislost žen narůstá. Pro následující období stojí OZ TCP před řadou úloh, které mají za cíl podpořit ženy – kandidátky, v jejich odhodlanosti a vytrvalosti usilovat o místo ve vrcholovém managementu nebo si založit vlastní business. Svým celkovým snažením tak OZ TCP směřuje k prolomení kulturních a společenských stereotypů nahlížení na ženu a její úlohu v současném světě. Slavnostní večer zahájila Ing. Dagmar Jelínková, ředitelka Top Centra Podnikatelek Brno, která účastnicím představila nově otevřené centrum a účel jeho založení. Následovalo vystoupení PhDr. Elvíry Chadimové, prezidentky OZ TCP a TCP ČR, která představila poslání a vize top Centra Podnikatelek jako celku. Zmínila významné aktivity minulých let a také mezinárodní spolupráci se sdruženími podobného zaměření. Na mezinárodní spolupráci navázala Dagmar Steinmetz, generální tajemnice World Association

of Women Entrepreneurs – FCEM, která informovala o aktivitách této asociace a propojení s OZ TCP. Poté se slova ujala Dagmar Matějčková, viceprezidentka TCP ČR a zmínila mimo jiné hlavní plánovanou aktivitu Top Centra Podnikatelek ČR v Praze, bude to VIII. konference, „Den česko-slovenských podnikatelek“, jež se uskuteční v květnu 2012 v Brně. Celý blok uzavřela svou prezentací Ing. Dagmar Jelínková ml., tajemnice Regionálního Top Centra Podnikatelek v Brně a představila projekt RTCP Brno z Operačního programu Lidské zdroje a zaměstnanost, který bude zaměřen na podporu začínajících podnikatelek. Po informačně bohatém bloku účastnice setkání vyslechly impozantní vystoupení sopranistky Markéty Mátlové, která zazpívala árii z opery La traviata, píseň z muzikálu Cats a další zajímavé hudební kusy. Krásnou tečkou za hodnotným večerem byla módní přehlídka návrhářky Kateřiny Jaré, která představila kolekci modelů pro business, volný čas a párty. V roli modelek se netradičně představily zákaznice – podnikatelky návrhářky, které tak účastnicím večera dovolily nahlédnout do jejich šatníku.

Kontakt:

Regionální Top Centrum Podnikatelek v Brně
email: info@tcpbrno.cz
tel: 777 553 358

Ing. Dagmar Jelínkové jsem v této souvislosti položila pár otázek:

Jaký máte pocit z prvního setkání?

Slavnostní otevření Regionálního Top Centra Podnikatelek (RTCP) v Brně se uskutečnilo v hotelu Continental a dopadlo nad naše očekávání. Původně odhadovaný zájem, který počítal s 60 účastnicemi, překročil magické číslo 100 a náš organizační tým musel těsně před zahájením reagovat tak, aby vše proběhlo k maximální spokojenosti. Uplynul týden a zájem nepoklesl, naopak ženy se aktivně zajímají, jak naše činnost prakticky začne. Nyní usilovně pracujeme na webových stránkách a na dokumentech, které na nich budou k dispozici a jež budou zaslány také všem účastníkům slavnostního zahájení tak, aby o žádnou informaci, která byla toho večera prezentována, nepřišli.

Co chystáte na nejbližší období?

Je toho více. Začátkem dubna otevíráme kanceláře na ulici Lidická 28 v Brně k projektu RTCP z Operačního programu Lidské zdroje a zaměstnanost, který bude zaměřen na podporu začínajících podnikatelek. Zde bude hodně práce, ale těšíme se, že budeme pomáhat těm, které chtějí do businessu vstoupit.



Bankrotů na historickém maximu

V únoru bylo vyhlášeno 287 firemních bankrotů, tedy nejvíce od ledna 2008, kdy vstoupil v platnost nový insolvenční zákon. Na druhou stranu počty osobních bankrotů v únoru meziměsíčně poklesly. Vyhlásilo ho 1217 lidí, tedy o 7 procent méně než v lednu. Vyplývá to z nejnovější analýzy společnosti CCB – Czech Credit Bureau.

Počet firemních bankrotů se v únoru meziměsíčně zvýšil o 25 procent (o 58 případů) a zvýšil se rovněž podíl fyzických osob podnikatelů na bankrotech, který v únoru dosáhl již 56 procent.

„Počet bankrotů fyzických osob podnikatelů se zvyšoval poměrně rychle v prvních dvou měsících letošního roku. V únoru se obnovila i dynamika růstu počtu bankrotů právnických osob. Počet návrhů na bankrot se zvyšoval ještě rychleji než počet vyhlášených bankrotů, a to jak u právnických osob, tak i fyzických osob podnikatelů. Znamená to, že v příštích měsících lze očekávat vyšší počet firemních bankrotů než v loňském roce,“ řekla Věra Kameníčková, vedoucí analytického

oddělení společnosti CCB – Czech Credit Bureau, a.s. Návrhů na bankrot totiž v únoru podalo 657 firem a jedná se rovněž o nejvyšší počet od ledna 2008. Oproti lednu ho v únoru podalo o 90 subjektů více. V meziročním srovnání pak počet návrhů vzrostl o 59 procent (o 243 případů). Nejvíce bankrotů bylo vyhlášeno v Moravskoslezském kraji (63 případů) a v Praze (47 případů). Nejméně jich tradičně vyhlásily firmy v Karlovarském kraji (4 případy). Za poslední rok se počet firemních bankrotů nejvíce zvýšil v Ústeckém kraji



(o 198 procent) a v Moravskoslezském kraji (o 136 procent). Pouze ve dvou krajích se počet firemních bankrotů meziročně snížil. Jedná se o Plzeňský kraj (pokles o 9 procent) a Karlovarský kraj (pokles o 6 %).

(tz)

Zkušenost s korupcí – dvě třetiny top manažerů

Až dvě třetiny manažerů se domnívají, že česká společnost nedokáže fungovat bez korupce. Stejný podíl manažerů má osobní zkušenosti s korupcí. Vyplývá to z šetření mezi tuzemskými manažery, které koncem loňského roku provedla Česká manažerská asociace společně se Svazem průmyslu a dopravy ČR. Realizátorem šetření byla výzkumná agentura Ipsos. Na otázky průzkumu odpovědělo celkem

204 vrcholových manažerů, majitelů firem a středního managementu – v rozdělení na výrobu, služby a instituce/státní správu. Většina respondentů byli finalisté soutěže Manažer roku. Pohled manažerů v České republice na problém korupce je velmi kritický: Většina z nich (65 %) si však nedokáže představit, že by u nás byla vymýčena. Pětina z této skupiny je dokonce přesvědčena, že naše společnost „rozhodně nebude fungovat bez korupce“. Necelá polovina uvádí, že

naše země „spíše nedokáže fungovat bez korupce“. Nejvíce skeptických hlasů o tom, že se ČR rozhodně nezbaví korupce, zaznívá od manažerů z institucí a státní správy (29 %). Oproti tomu ve službách tento názor zastává necelá pětina respondentů (19 %) a ve výrobních podnicích „jen“ 14 %. Z výzkumu agentury Ipsos vyplývá, že pouze menší část manažerů (35 %) se domnívá, že se česká společnost v té či oné míře dokáže vypořádat s korupcí. Zhruba čtvrtina manažerů soudí, že ČR „spíše dokáže fungovat bez korupce“. Jen necelá desetina manažerů je optimistická a dokáže si představit naši zemi „fungující bez korupce“. Co se týká osobních zkušeností s korupcí, priznaly ji dvě třetiny manažerů (67 %). Z toho více jak čtvrtina se s korupcí setkala vícekrát. Polovina respondentů uvedla, že se s korupcí setkala ojedinele. Naproti tomu více jak čtvrtina manažerů (28 %) se s korupčním jednáním nesetkala a 5 % respondentů odmítlo odpovědět. Z hlediska předmětu činnosti je korupční prostředí rozšířenější ve službách, až 37 % respondentů uvedlo, že se s korupcí setkala vícekrát, následují instituce a státní správa (26 %). Ve výrobních podnicích se s korupčním jednáním setkala vícekrát pětina manažerů (22 %). „Názraků protikorupčních řešení vzniká řada a množství opatření se zvyšuje. Pokud ovšem politická sféra jednoznačně neukáže ochotu otevřít velké kauzy, nesetká se její snaha v očích byznysu a občanů s pochopením,“ uvedl Pavel Kafka, prezident České manažerské asociace, která je členem Svazu průmyslu a dopravy ČR. (tz)

- Pro členky a případně i pro nečlenky RTCP chystá naše mateřské Občianské združenie Top Centrum Podnikateľiek na polovinu dubna Business Coctail v Bratislavě za podpory první dámy Slovenska Silvie Gašparovičové s následným přesunem do Budapešti, kde je mimo jiné pro dámy nachystaná návštěva hradu v historických kočárech. V květnu také chystáme v Brně VIII. konferenci Den česko-slovenských podnikatelek s motem „Vzájemná spolupráce znamená úspěch“, kde obsah a účast významných osobností zatím trochu tajíme.

Jsou podmínky členství vázány na finanční vstup?

Každé občianské združenie má vždy minimální finanční potřeby – na udržování webových stránek, rozesílání informací členkám atd. Vstup do našeho sdružení je podmíněn řádným vyplněním přihlášky, současně se musí každá členka seznámit se stanovami a celkovým posláním tohoto sdružení. Členský příspěvek je symbolický právě na výše uvedené potřeby.

Jedním z témat sdružení je harmonizace rodinného a pracovního života. Jak je uchopíte?

Toto téma zaznělo několikrát na našem setkání. Neexistuje žádný univerzální recept na sladění rodiny a práce, protože u každé z nás je to samozřejmě jinak. V rámci našeho projektu je dost prostoru na řešení této problematiky, a to ve formě pravidelných kulatých stolů, kde se budou setkávat ženy začínající v podnikání s podnikatelkami, které již mají kus práce za sebou a jsou ochotné se se svými zkušenostmi podělit. Také plánujeme nabízet odbornou pomoc při konkrétních problémech, které naše členky musí při svém podnikání řešit.

Eva Brixl

Budu si dělat věci po svém

Než jsme v prosinci zařadili do Madam Business na stranu čtyři anotaci na knihu Markéty Šichtařové a Vladimíra Pikory *Všechno je jinak*, poslali nám tuto publikaci z nakladatelství Grada, jež ji vydalo, k posouzení. Názoru se však stále vzdaluji, protože knihu nedokáži dočíst. Odkládám ji vždy po několika vstřebaných stranách. Učím se totiž nad jejími řádky posuzovat realitu bez ideálů. Je to kruté a jde to pomalu. Na polštáři vedle mne odpočívá další svazek zmíněného nakladatelství nazvaný *Síla pozitivního myšlení (Jak získat životní nadhled a udržet starosti na uzdě)*. Také do dnešní doby.

A než se dopracuji k vlastnímu názoru, předkládám něco zábavnějšího. Asi uhadnete: rozhovor s kým jiným než s Markétou Šichtařovou. Představovat ji jako ředitelku analytické a konzultační společnosti Next Finance působící v ČR a na Slovensku asi nemusím:

Pamatuji se na vaše začátky, na založení společnosti Next Finance, už tehdy jste dokázala odborníky zaujmout svými jasně formulovanými názory. Proč jste vlastně vstoupila do podnikání? Často je motivací „dělat věci po svém“, jinak, lépe. Když jsem vkročila do svého prvního zaměstnání, první, co jsem si hned po ránu odbyla, bylo seznamovací kolečko po pracovišti. A hned to začalo: Proč jenom se ten pán na mě tváří tak nasupeně, když jsme se ještě nikdy neviděli? Že by v každém novém kolegovi hned spatřoval konkurenci? A proč mi ta paní podává místo ruky takovou leklou rybu? A pak ty píchačky. Proč má šéf potřebu vědět, že jsem si odběhla na pět minut na svačtinu, když odpoledne tu stejně zůstanu dvě hodiny přesčas? Na konci tohoto dne jsem měla jasno: Chci pryč! Budu si dělat věci po svém.

Firma, kterou jste založila, má skvělé jméno, stala se ikonou v poradenství, analýzách, médiích. Jaký byl vlastně podnikatelský záměr? Víte dnes, co se také nepovedlo? Ale jistě! Společnost Next Finance

Pro každého se hodí něco jiného – záleží na věku, na příjmech, na nahromaděném majetku, na velikosti rodiny i na ochotě riskovat. A pokud vám nějaký finanční poradce bude od stolu tvrdit, že má prostě dokonalý tip na ten nejlepší produkt, zdrhejte od něj!

vznikla moc pozdě. Mohli jsme do toho praštit už o nějaký ten měsíc dřív.

Nebojíte se říkat pravdu nahlas. Nenese to příliš velká rizika?

Když jsme natočili klip „Nechceme se pást“, napsal mi jeden pán, abych si prý dala pozor, zda mám zaplacené popelnice, že prý by to mohlo leckoho zajímat. Když jsme vydali knihu „Všechno je jinak“, jiný pán, kterého jsme požádali o recenzi, nejprve nadšeně souhlasil, ale po přečtení odpověděl, že prý kniha je sice skvělá, ale on že prý si není úplně jistý, zda by se poté, co by nám napsal recenzi, nezačalo případové komando zajímat o jeho nezaplacené poplatky za psa. Tedy já fakt nevím, co pořád všichni s těmi poplatky mají...? Že by mi něco uniklo?



Ing. Markéta Šichtařová



Všichni se učíme hledat produkty a služby, jež by nám zhodnotily peníze. Mnohá pravidla a mýty o vývoji světa přehodnotil sám čas, a také jistoty, jež jsme měli za neotřesitelné, jsou ty tam. Do čeho by měl průměrný český občan investovat, aby neskončil jako důchodce – žebrák?

To víte, já vám to řeknu, a nikdo už pak nebude mít důvod číst naši knihu! Ale popravdě – to opravdu nelze říct jednou větou, to proto jsme na to téma popsali tolik stran. To máte asi takové, jako byste se mne zeptala, jestli je lepší středně propečený steak nebo okurka. Skoro bych řekla, že vegetarián by volil za b). A můj manžel by zase nad okurkou ohrnul svůj ctěný nos. Pro každého se hodí něco jiného – záleží na věku, na příjmech, na nahromaděném majetku, na velikosti rodiny i na ochotě riskovat. A pokud vám nějaký finanční poradce bude od stolu tvrdit, že má prostě dokonalý tip na ten nejlepší produkt, zdrhejte od něj!

A co důchodová reforma? V posteli mám knihu *Všechno je jinak*, kterou jste napsala s Vladimírem Pikorou. Čtu si ji po kapkách, usínám hrůzou, když domyslím, s jakými riziky ještě neumíme žít a jak jim nedokážeme předcházet.

No to je gól, tak vy usínáte každý den s mým manželem na obrázku v posteli? To mu musím hned povědět – začne se pýchou dmout jako páv a nebude s ním k vydržení! A důchodová reforma? No, jak jenom to říct kulantně... Mám k ní jisté výhrady. Tedy ani ne tak k reformě jako takové, jako spíš mám své pochybnosti o přínosnosti chystaného druhého pilíře pro masu.

Jaký z produktů finančního či jiného trhu jste si oblíbila?

Já sama nejraději investuji do realit. Ale není to o „oblíbenosti“. Je to o tom, že jsem si reality

► vyhodnotila jako pro mou povahu nejnvhodnější.

Osobně dosti fandím stavebnímu spoření, nechápu pojetí penzijního připojištění v rozměru, v jakém se našim občanům předkládá.

Lákají mne fondy a sázkové hry, ráda riskuji. Ovšem je mi 57, doplácím hypotéku, mám určité morální i hmotné závazky, a nechce se mi umřít. Důchodový věk se blíží, ale odmítám se vžít do role rezignované babky, která utráčí čas v čekárně u lékaře, když rozpráví o chorobách kamarádek. Přesto – do čeho bych měla investovat, abych měla za pár let aspoň na operaci šedého zákalu?

Abych mohla odpovědět vskutku kompetentně, musela bych se vás vyptat ještě trochu víc. Například: kolik již máte kde nainvestováno? Jaké máte řádové příjmy? A podobně. Nicméně velmi zhruba řečeno: Protože již zjevně máte vyřešeno vlastní bydlení, odpadá vám ta největší starost. Mohla byste uvažovat o další menší nemovitosti, kterou byste si pořídila na „maličkou“ hypotéku – může to být třeba kousek země, nebo dejme tomu parkovací místo v nějakém městě, kde je jich málo, a podobně. To je taková ta základní jistota, ve které máte uloženy peníze mimořádně bezpečně, a současně vás nestojí moc. A vedle toho – když ráda riskujete – bych ve vašem případě asi volila podílový fond. Věk, který uvádíte, totiž není vysloveně nakloněn jiným „riskantnějším“ variantám, jako jsou třeba akcie – ale to by muselo vyplynout už z detailnějšího rozhovoru s vámi.

Když starší radí mladšímu, sklízí často posměch, protože nevolí vhodnou formu. Myslíte si, že dnešní generace dvacetiletých uvažuje o svém finančním zajištění jinak než jejich dědečkové?

Uvažuje lehkomyšlněji. A vlastně je to logické. Dnešní dvacetiletí mají před sebou

Mohla byste uvažovat o další menší nemovitosti, kterou byste si pořídila na „maličkou“ hypotéku – může to být třeba kousek země, nebo dejme tomu parkovací místo v nějakém městě, kde je jich málo, a podobně. To je taková ta základní jistota, ve které máte uloženy peníze mimořádně bezpečně, a současně vás nestojí moc.

v průměru delší život, než jaký mohli čekat dvacetiletí před 60 lety. Takže mají svým způsobem víc času připravit se třeba na stáří. Proto si dnešní dvacetiletí mohou dovolit nepracovat, cestovat a odkládat pořízení dětí.

Nepřekvapují vás některé závěry, k nimž dospějete, když zkoumáte vztahy v české ekonomice?

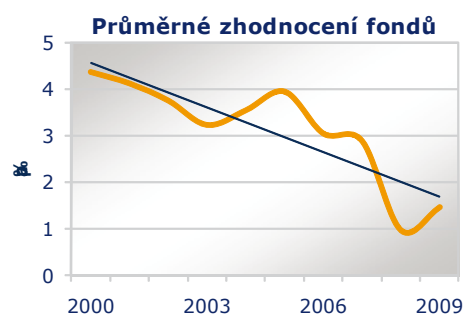
Mám kamaráda. Ten má malou dcerku. Jednou šli kolem ohrady. A on dcerce povídá: „Podívej, co je to za zvířátko?“ „To je krůta.“ „Ale kdepak, to není krůta, to je přece ovce.“ „Ale táto! To jenom vypadá jako ovce, ale je to přeci krůta!“ No a přesně takhle s námi jednají naši politici: „Podívejte, lidi, tady máme jednu ohromně výhodnou reformu!“ „To že má být výhodné?“

„Ale jděte, vy blázníkové, to jenom vypadá jako nevýhodně, ale je to pro vás přeci ohromně výhodné!“ No a mne překvapuje, že my, jako veřejnost, jim na to ještě (občas) skočíme.

Liší se nějak analytické uvažování ženy a muže?

Ale jistě. Když muž cokoliv analyzuje, asi tak 30x za minutu je přítom jeho pozornost odlákána myšlenkou na nějakou ženu. Když něco analyzuje žena, je její pozornost asi tak 30x za minutu odlákána buď myšlenou na nějakého muže, nebo na to, co večer uvaří.

za rozhovor poděkovala Eva Brixi



Název penzijního fondu	ZHODNOCENÍ PROSTŘEDKŮ ÚČASTNÍKŮ penzijního připojištění v jednotlivých penzijních fondech v %																	Průměr za roky 2000 až 2009
	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009			
AEGON PF *	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	4,50	3,50	2,10	3,37		
Allianz PF	-	-	8,90	9,10	6,00	3,80	4,36	3,71	3,00	3,00	3,00	3,11	3,00	3,00	3,10	3,31		
AXA penzijní fond	12,80	11,45	11,20	10,10	6,50	4,10	4,25	3,41	3,36	3,10	3,70	2,50	2,20	0,00	2,00	2,86		
ČSOB PF Progres	0,00	16,40	8,00	10,90	7,70	5,62	3,90	4,26	4,30	5,30	5,00	2,30	2,40	0,02	1,00	3,41		
ČSOB PF stabilita	10,40	10,90	10,30	10,02	6,10	4,20	3,20	3,00	2,30	4,30	4,00	2,80	2,40	0,05	1,37	2,76		
Generali PF	10,30	10,61	14,60	11,40	5,30	3,60	4,60	4,10	3,00	3,00	3,81	3,74	4,10	2,00	2,40	3,44		
ING penzijní fond	12,80	12,10	11,00	9,34	6,00	4,40	4,80	4,00	4,00	2,50	4,20	3,60	2,50	0,04	0,10	3,01		
PF České pojišťovny	10,30	9,20	9,60	9,72	6,60	4,50	3,80	3,20	3,10	3,50	3,80	3,20	2,40	0,20	1,20	2,89		
PF České spořitelny	4,00	8,10	9,05	8,33	4,40	4,20	3,80	3,50	2,64	3,74	4,03	3,04	3,10	0,40	1,28	2,97		
PF Komerční banky	9,44	8,36	9,10	9,50	7,20	4,89	4,40	4,53	3,40	3,50	4,00	3,00	2,30	0,58	0,20	3,08		
Průměr za odvětví	8,18	10,81	10,19	9,82	6,20	4,37	4,12	3,75	3,23	3,55	3,95	3,03	2,89	0,98	1,48	3,13		

* Průměr se počítá jen za roky 2007–2009

Zdroj: Asociace penzijních fondů ČR, Next Finance

Nová chytrá investice – Allianz STARinvest

Víte, jaké jsou nové hvězdy světové ekonomiky? Můžeme napovědět, že počáteční písmena pěti zemí, která mají podle odborníků nejvyšší potenciál, tvoří zkratku TIMBI. Patří mezi ně Turecko, Indonésie, Mexiko, Brazílie a Indie. A právě z očekávaného posilování měn států TIMBI je odvozen výnos nového životního pojištění Allianz – STARinvest. Allianz STARinvest je jednorázové životní pojištění, jehož předností je výnosový potenciál zhodnocení měn států TIMBI vůči euru při zachování 100% kapitálové ochrany. Allianz pojišťovna je v Česku první, která takhle zaměřenou investici od 1. března klientům nabízí. Tuto tranši STARinvestu je možné koupit do 14. května 2012. Zatímco v minulých letech byla mezi investory oblíbená čtveřice zemí Brazílie, Rusko, Indie a Čína (známé pod zkratkou BRIC), aktuální studie jako nové ekonomické hvězdy označují jinou skupinu zemí. Brazílie a Indie svou pozici obhájily, místo Číny a Ruska nově nastupují Turecko, Indonésie a Mexiko. Všechny budoucí „tahouni“ světové ekonomiky mají mnoho společného: vysoký počet obyvatel, rostoucí populaci v produktivním věku a zvyšující míru její vzdělanosti, dynamickou a diverzifikovanou ekonomiku i rozvinutou podnikatelskou strukturu. STARinvest nabízí dvě varianty doby trvání, 3 a 5 let a u každé

z nich i různou výši kapitálové ochrany. Jednak 100% ochranu pro konzervativní investory, tak 85% s potenciálem vyššího výnosu. Celková částka k výplatě na konci pojištění je dána hodnotou kapitálové ochrany navýšenou o dosažené výnosy v jednotlivých letech. Po uplynutí každého pojistného roku se určí změna kurzu každé z pěti měn zemí TIMBI vůči euru (od počáteční hodnoty). Kladný výnos je započten dvojnásobkem, přičemž maximální výnos je omezen 6 až 18 % dle zvolené varianty produktu. Naopak v případě poklesu se započítá pouze polovina. Z takto upravených výnosů jednotlivých měn se vypočte průměrný výnos. Pokud je záporný, nahradí se za daný rok nulou. Jaké další výhody STARinvest má? Kromě toho, že jde o investici s vyšším potenciálem růstu, to je právě zamykání kladných výnosů dosažených v každém roce trvání pojištění a až 100% kapitálová ochrana investované částky. Výhodný je i poměrně krátký investiční horizont od 3 let, stejně jako minimální výše investice od 30 tisíc korun. Pokud se klient rozhodne pro druhou variantu, může již od 3. výročí pojištění využít částečného odkupu a po celou dobu trvání mu pojištění poskytuje ochranu pro případ smrti.

(tz)

První dojem je většinou vizuální

Přiznám se. Nikdy jsem o souvislostech života, radostí i strastí, nepřemýšlela tolik jako v poslední době. Že by složitější ekonomická situace světa brzdila mou vrozenou rozjívěnost? Nebo přibývajícím věkem konečně ladí moji osobnost k důstojnosti a vážnosti? A úvahy nad optimizmem, opotřebením organismu a časem na uskutečnění řady bláznivých nápadů podlehnou častěji vydatnému spánku než dříve? Chápu, od všeho kousek, ale hlavně si to moc nepřipouštět! Jakmile žena o sobě začne nadměrně přemýšlet, je to cesta ke stáří. A to žádná z nás přece nechce!

Místo toho bych laicky naordinovala výměnu nepodstatných úvah za návštěvu pražské Kliniky estetické medicíny, a.s. (značka Esthé Laser Clinic), kterou vede MUDr. Hana Raková, MBA. Tady totiž zjistíte, platí to ale i pro muže, co všechno se sebou můžete udělat, abyste se cítili šik. A za ten pocit to vážně stojí. Stačí maličkost, drobný zásah. Naberete energii, vstoupíte znovu do svého vlastního života. Hana Raková bude vaším průvodcem:

Vedete kliniku estetické medicíny. Kolika ženám jste již zlepšili náladu, podpořili zdravé sebevědomí, pomohli zdravotně? Za těch více než 15 let existence kliniky Esthé jsou to nepochybně tisíce pacientů a klientů. Rozdíl v těchto dvou kategoriích je ten, že pacienti mají zdravotní problém, klienti estetický. I když to někdy přechází jedno do druhého.

Jaké procento vašich pacientů-klientů tvoří muži? Ledy se prý lámou, také pánové poznali, že estetická medicína je užitečná i pro ně... Máte pravdu, posun je v posledních letech patrný. Dnes tvoří naši klientelu přibližně čtvrtina mužů. Na estetickém vzhledu jim záleží, protože to prospívá navazování a udržování kontaktů. První dojem je většinou vizuální.

My rádi říkáme, že čas zastavit neumíme, zato ho ale účinně pozdržíme – odstraníme drobné skvrnky, dodáme pleti kyselinu hyaluronovou, rejuvenujeme pleť moderními, minimálně invazivními metodami.

Obor, v němž působíte, se překotně vyvíjí a nové technologie a metody práce dokáží takřka zázraky. Nač byste upozornila z vašich možností?

Naše klinika se řadí k těm úplně na špici, proto je naší profesionální povinností udržovat se na informační úrovni tomu odpovídající. V posledních letech zaznamenáváme nejenom vylepšení osvědčených metod estetické medicíny například o nové materiály a postupy, ale zejména jde o nové kombinace fyzikálních metod zákroků. Spontánně mě napadá použití přístroje Sygmalift, harmonické kombinace ultrazvuku a laserových metod na vyhlazování podbradku a rejuvenace partií okolo očí, pro které jsme až dosud neměli v estetice vhodný přístroj. Výsledky jsou velmi nadějné, naše klinika má právě hotovou lékařskou studii pro publikování na prestižním sympoziu v Monte Carlu.

Odstraňování chloupků na obličejí laserem je celkem běžná záležitost. Trochu smutné jsou ženy



MUDr. Hana Raková, MBA

světlovlásky, ale i pro ty se snad najde řešení. Jak je to s těmi pacientkami, které mají například hormonální poruchy a chloupky dělají větší neplechu?

Nikdy neházíme flintu do žita. Každý případ posuzujeme individuálně a opravdu se téměř pokaždé podaří nalézt řešení, i pro případy vámi uváděné. Většinou jde o opakované zákroky.

Každá žena se chce líbit. Psychické naladění, vzhled, úspěch – to jsou prvky, které vzájemně hodně souvisejí. Spolupracujete například právě s psychology a jejich pacientkami?

Přímo u nás psychologa nemáme. Avšak v případě potřeby víme, kam klienta doporučit. Tak je to ostatně i s jinými obory – záleží nám na spokojenosti klientů, proto máme tzv. „dobré adresy“, kam neváháme své klienty odeslat na jiné ošetření.

Odborníci tvrdí, že řeč těla je v komunikaci důležitější, než si uvědomujeme. Výraz

► **tváře přitáhne či odradí. Jakou roli v tom sehrává estetická medicína? Pro ženy v businessu je, myslím, velkou pomocnicí.**

A nejen pro ženy, muži jsou ještě pragmatičtější. Ty umíme zbavit také jiných obtěžujících projevů. Například skoro záznak je odstranění nadměrného pocení. To je velmi limitující pro každého, kdo přichází do styku s veřejnou prezentací. Během krátkého zákroku je problém na několik měsíců úplně vyřešen. U žen se samozřejmě jedná zejména o estetická vylepšení a u obou pohlaví odstranění nežádoucích projevů – chloupků nebo tetování.

Samozřejmě nejde jen o formu, také harmonie ducha a těla vypovídá o osobnosti člověka, kterého máme před sebou. Nač vy sama dáte při prvním setkání s člověkem?

Jako estetický dermatolog nejsem imunní vůči estetickému vnímání svého protějšku – ať chci, nebo ne, profesionální deformaci se nevyhnu zejména poprvé. Zkušenost mne ovšem naučila hledat hodnoty pod povrchem a život je dobrou školou, s věkem jsme zkušenější v odhadu, koho máme před sebou. Jsem přímý člověk a ocením přímocí a upřímnost.

Každou ženu láká jarní sluníčko, v létě pak slastný pobyt u vody a čokoládová pokožka nakonec dodávají ženám pocit svůdnosti a neodolatelnosti. Dermatologové to neradi vidí. Je dnešní slunce opravdu tak nebezpečné? Nejsou horší samoopalovací přípravky?

Nemám ráda extrém, takže si ani nemyslím, že úzkostlivá ochrana před sluníčkem hraničí

s hysterií je na místě. Všeho s rozumnou mírou – toho je potřeba se držet. Ovšem v posledním desetiletí dochází k velmi podstatným změnám v životním stylu – na sluníčko jezdíme několikrát ročně a také třeba do tropů – to tady nikdy v takové míře nebylo. A ozonová díra se velmi mění. Naše kůže reaguje tak, že výskyt melanomu, nejzhubnějšího nádoru kůže, stoupá. V loňském roce naše klinika připravila Program Profymel (profylaxe melanomu), který formou prohlídek a kontroly obrazu kůže poskytuje velkou míru jistoty, že se neděje něco nebezpečného. Ale to by bylo na delší povídání.

Prevence, zdravý životní styl, snaha vypadat pěkně – to jsou trendy, s nimiž by se mnozí z nás rádi ztotožnili. Ne všichni to umíme. Jak například souvisí prevence a nabídka vaší kliniky?

O prevenci melanomu jsme už mluvily, i když toho nikdy není dost. Existuje však také prevence hlubokých vrásek a například prevence nevzhledných jizev. To je naše novinka v letošním roce. Ukazuje se, že není úplně pravda, že s jizvou lze začít pracovat až po jejím úplném zhojení. Naopak, čím dříve ji začneme ošetřovat určitým druhem laseru, tím lépe a estetičtěji se zahojí. Proto doporučujeme všem, co se chystají na operaci, aby se o svou budoucí jizvu starali v předstihu.

Stárneme všichni rovným dílem, ale neradi si to připouštíme. Ženy kolem padesátky se hodně mění a někdy ani netuší, jak



užitečný pro dobrý pocit může být drobný zásah na vaší klinice. Co doporučit?

Máte pravdu, věk se nedá zastavit. My rádi říkáme, že čas zastavit neumíme, zato ho ale účinně pozdržíme – odstraníme drobné skvrnky, dodáme pleti kyselinu hyaluronovou, rejuvenujeme pleť moderními, minimálně invazivními metodami. Prostě tak, jako se chodí s autem do servisu, aby spolehlivě sloužilo. Po padesátce už to není samo sebou, ale jde to překvapivě účinně.

přetala se Eva Brixl

Čtvrtý rok Dámského investičního klubu ČS

Dámský investiční klub, který po vzoru prvorepublikových klubových tradic založila Česká spořitelna 15. února 2008 jako první banka v ČR, oslavil čtvrté narozeniny. Zájem o investice přivedl do klubu již téměř 2350 dam. Většina z nich (téměř 80 %) je zároveň klientkami ČS. Převážná část z nich je v produktivním věku mezi 30 až 60 lety – nejpočetnější zastoupení má mezi členkami věková kategorie 30 až 39 let. „Počet investorů je v České republice mnohem nižší než v západní Evropě. Stejně tak i podíl investic na úsporách obyvatelstva zde nedosahuje takové úrovně jako ve vyspělých ekonomikách. Věříme, že prostor pro investování v ČR existuje a právě díky cílené edukaci by se mohl lépe a rychleji využít. Vždyť ženy řídí nejen své osobní, ale často i rodinné finance, a mohou tak spolu s námi hledat tu správnou cestu pro zhodnocení svých volných prostředků,“ uvedla Romana Vlková, manažerka Dámského investičního klubu České spořitelny. Mezi členky klubu patří i manažerky, podnikatelky či novinářky z celé ČR – 78 % pochází z Čech, 21 % z Moravy, zbývající členky mají zahraniční adresu. Za loňský rok přibýlo zhruba 150 nově registrovaných členek. Mezi investorkami ale stále převažují spíše ty konzervativní, nejčastěji investující do dluhopisů a dluhopisových fondů



Z poslední akce Dámského investičního klubu, která se konala 23. listopadu 2011 v pražském Autoklubu

(ty čítají 64 % z celkového objemu jejich investic), dále do akcií (19 %) a do fondů peněžního trhu (15 %) a zhruba 2 % pak připadají na alternativní investice, např. nemovitostní trh. Za dobu svého fungování připravil Dámský investiční klub 11 odborně-společenských setkání – devět z nich se konalo v Praze a dvě v Brně. Mezi čestnými hosty klubu se prezentovaly významné české manažerky, podnikatelky, vědkyně i umělkyně, např.: Magdalena Souček, Vladimíra Papírník, Eva Štěpánková, Dita Stejskalová, Taťána le Moigne, Dana Bérová, Helena Třeštíková, Olga Girstlová, Blanka Říhová či Dana Drábová. V rámci odborně-společenských setkání se stal již milou tradicí také dobročinný bazar organizovaný ve spolupráci s Nadací ČS. V roce 2011 zakoupily účastnice klubových akcí – tedy zkušené i začínající investorky – výrobky v hodnotě více než 17 000 Kč. Prostředky získané pro společnost SANANIM byly využity v rámci pracovních programů pro stabilizované uživatele drog. A předměty věnované Charitou ČR putovaly jako obvykle na podporu vybraných chráněných dílen. Za dva roky se v rámci klubových setkání vybralo již přes 50 000 Kč. Dámský investiční klub vydává i svůj časopis Lady In (celkem již vyšlo 15 čísel). Vše o klubu je k dispozici na stránkách www.investicniklub.cz.

(tz)

Já jsem mlynář, kdo je víc?

Poptávka po zaměstnancích v potravinářském sektoru v příštích pěti letech podle prognóz sice klesne o patnáct procent, ale některých profesí bude i tak nedostatek. Jednou z nejžádanějších bude obsluha potravinářských strojů. Tomu však neodpovídá stávající výuka na středních školách ani nabídka rekvalifikačních kurzů. K řešení situace přispěje čerstvě podepsaná dohoda Sektorové rady pro potravinářství a krmivářství, díky které by ještě letos mělo v tomto oboru dojít ke zlepšení podmínek na pracovním trhu.

O detailech dohody podepsané na konci prosince 2011 jsme hovořili s Jaroslavou Nekvasilovou z Agrární komory ČR. Je koordinátorkou týmu pro přípravu a realizaci Sektorové dohody v odvětví zpracování obilí a mouky, má na starost nové cesty v personalistice a specializovaném vzdělávání.

V Agrární komoře ČR jste vedoucí oddělení poradenství a vzdělávání. Mezi vaše nejdůležitější úkoly teď patří práce na projektu Národní soustava povolání. Můžete představit tento projekt?

Garantem veřejné zakázky je Ministerstvo práce a sociálních věcí ČR a v rámci ní zastupujeme zaměstnavatele. Nejdůležitějším úkolem je aktualizace takzvaného katalogu prací, ve kterém jsou popsány pracovní charakteristiky jednotlivých oborů pracovní činnosti. Požadavky na trhu práce se totiž mění. Dochází k zastarávání některých profesí a na druhou stranu se objevují nové, které je nutné popsat a zařadit. Popis by měl obsahovat vše, co má člověk znát na konkrétním pracovním místě: jaké jsou nároky na jeho fyzický i duševní výkon, jaký je potřebný stupeň vzdělání, jaké je odpovídající platové ohodnocení. Takové informace jsou pro personalisty – a tedy pro zaměstnavatele – mimořádně důležité.

Můžete přiblížit podstatu Sektorové dohody v odvětví zpracování obilí a mouky?

Sektorová dohoda by obecně měla řešit nedostatek – například v počtu pracovních sil nebo ve stupni kvalifikace. Zástupci zaměstnavatelů, vzdělavatelů, státních institucí, ale i členové komunálních orgánů se tímto způsobem pokoušejí společně zvládnout zjištěný problém. K této realizační skupině se pak přidávají tzv. strategičtí partneři, kteří rozhodují na legislativní úrovni.

Zmíněná dohoda je produktem Sektorové rady. Kdo je v ní zastoupen?

Sektorové rady jsou základním stavebním kamenem Národní soustavy povolání. V Sektorové radě pro potravinářství a krmivářství jsou zástupci zaměstnavatelů z nejdůležitějších potravinářských oborů – pekaři, mlékaři, pracovníci masného průmyslu, konzerváři a podobně.

Jak se povedlo dohodu prosadit?

Když měly jednotlivé Sektorové rady vyjádřit, zda cítí nějaký problém v daném odvětví, potravináři okamžitě uvedli, že v oborech zpracování obilí a mouky je nedostatek pracovních sil. Poukázali na to, že počet učilišť se snižuje a že vůbec neexistuje učiliště pro mlynáře a krmiváře. Na středních školách je málo studentů, takže celá třída se dá jen těžko dohromady. Střední průmyslová škola potravinářská v Pardubicích zápasila už před dvěma lety s problémem malého počtu žáků a hrozilo jí zavření. Cílem dohody je nyní zachovat tuto školu a pozdvihnout ji na centrum odborného vzdělávání, které bude obsahovat jak počáteční, tak i další vzdělávání. K tomu je třeba změnit školní vzdělávací program a zajistit spolupráci dalších organizací.

Existují podobné systémy i v zahraničí?

Asi před třemi roky jsem byla v Holandsku a musím říci, že tamější systém odborných center funguje bezchybně. Mají podle mne jedno velmi důležité pevné pravidlo, kterým bychom se mohli inspirovat – do



Jaroslava Nekvasilová

učebního oboru nemůže nastoupit ten, kdo nemá zajištěnou praxi. Pak se počet studentů sám upraví a skutečný stav se shoduje s požadavky trhu práce.

Vraťme se zpět ke konkrétní Sektorové dohodě – proč se týká jen zpracování obilí a mouky?

Sektorové rady dostaly na začátku možnost poukázat na řešení konkrétního problému. Takových „deklarací“ bylo předloženo 24, z nichž bylo vybráno sedm pilotních dohod. Potravináři uspěli proto, že zpracovali jen tento úzký výřez. Výhodou je například komunikace s menším počtem zaměstnavatelů. U pekařů se tyto otázky týkají asi 800 subjektů, u cukrářů asi 2500. V případě mlynářů jde asi o padesát firem. Zejména v posledních letech přitom došlo v těchto provozech k velmi dynamickým změnám v technologii výroby, ale tomu neodpovídá výchova nových, úzce specializovaných pracovníků.

Jaké jsou konkrétní plány obsažené v této Sektorové dohodě?

Bylo stanoveno dvaadvacet úkolů, rozdělených do tří oblastí. Ty musí být splněny do 30. června letošního roku. První oblastí je počáteční vzdělávání, které se věnuje koncepci výuky a s tím spojeným požadavkům na studenty. Je potřeba zajistit dostatek studentů, dovézt učitele, vytvořit nové učebnice, zajistit praxi v podnicích.

A druhá a třetí oblast?

Druhou oblastí je další vzdělávání. ▶



► Přezkušování přes takzvané profesní kvalifikace, vytváření nových kategorií těchto kvalifikací a organizování rekvalifikačních kurzů. Pro stávající zaměstnance formy seminářů, workshopů, dozdělavání v novinkách. Třetí oblastí je přímá spolupráce se zaměstnavateli. Jejich profesní požadavky by se měla Sektorová dohoda snažit splnit.

Co znamená profesní kvalifikace?

V Česku je to novinka, ve světě je profesní kvalifikace rozšířenější, my jsme ji převzali z Anglie, kde se tímto typem vzdělávání zabývají už delší dobu. Zejména v době, kdy podniky přecházejí na jiný výrobní program, probíhá velká restrukturalizace. Zaměstnance je potřeba přeškolenat, a řešit tak nedostatek pracovních sil. Profesní kvalifikace nabízí kvalitní standardizované vzdělávání zaměstnanců.

Jak se liší návrh vzdělávací soustavy, která vychází ze Sektorové dohody, od vzdělávacího konceptu, jímž prošla většina dnešních zaměstnanců?

Dříve se patnáctiletí studenti rozhodli pro nějaké učiliště nebo střední školu, a zvolili si tak směr kariéry téměř na celý život. Měli málo šancí dosáhnout jiného vzdělání a přestoupit do jiného oboru. Díky Národní soustavě kvalifikací, která doplňuje Národní soustavu povolání, se snažíme zaměstnancům zpřístupnit další vzdělávání.

O co se opírá organizace tohoto vzdělávání?

Jak už jsem řekla, základním prvkem systému dalšího vzdělávání jsou Sektorové rady, složené ze zástupců zaměstnavatelů i pedagogů, kteří na základě požadavků z praxe popíší, jaké parametry má mít profesní kvalifikace: co má člověk umět a jak jeho vědomosti přezkoušet. Instituce, které se zabývají přezkušováním, pak žádají u příslušného rezortního ministerstva o oprávnění, že mohou přezkušovat, a stanou se tzv. Autorizovanými osobami.

Nalézají současní studenti uplatnění v oboru?

Mladí lidé už jsou v některých případech navázáni na firmy, od nichž pobírají stipendia. Tuto spolupráci podniků a studentů chceme v budoucnu ještě prohloubit. Zaměstnavatelé bohužel nevědí, kolik je ve školách žáků ani jaké jsou možnosti spolupráce. Proto bychom byli rádi, aby součástí našeho projektu byla i informační služba, kde by si podniky dávaly požadavky na absolventy. Cílem je vznik pouta škola – zaměstnavatel – budoucí žák. Zajímavé by bylo i obnovení institutu brigád, díky kterému by mladí lidé získávali vědomosti a znalosti z různých oborů.

(red)

Zemědělci investují

Za rok 2011 navýšila GE Money Bank portfolio zemědělských úvěrů o 10 %. Největší zájem měli podnikatelé z tohoto sektoru o nákup zemědělské techniky, v jejímž financování banka dosáhla více než 100% meziročního nárůstu.

GE Money Bank je jedničkou ve financování českého zemědělství také díky financování bioplynových stanic a vysokému podílu klientů na počtu žádostí o podporu u Podpůrného a garančního rolnického a lesnického fondu (PGRLF). „Dopady stále skloňované krize v zemědělství nepocítujeme. Vysoké ceny komodit se střetly s poměrně dobrými výnosy, odbytové ceny živočišné výroby mírně rostly. To umožnilo zemědělcům dosáhnout v roce 2011 pozitivních výsledků, které se projeví ve zvýšeném zájmu o investice,“ řekl Mojmír Severin, ředitel sektoru zemědělství a ekoenergie GE Money Bank. GE Money Bank začala s financováním

bioplynových stanic jako jedna z prvních českých bank a s třetinou financovaných zařízení je lídrem na trhu. Jen v minulém roce podpořila výstavbu 14 bioplynových stanic. Pro banku úspěšný loňský rok dokumentuje také množství schválených žádostí o dotace, které pomáhala klientům podat u PGRLF. V rámci programu Podpora nákupu půdy tvořil podíl klientů banky 48 % z celkového počtu žádostí, u programu Provoz 39 %. V investičním programu Zemědělec, kde došlo v bankovním sektoru k meziročnímu nárůstu počtu žádostí o 13 %, zaujímá GE Money Bank se svými 39 % u žádostí podaných přes banky vedoucí pozici. (tz)

INTERSPAR v roce 2012 opět se Zdeňkem Pohlreichem

Společnost SPAR ČOS pokračuje také letos ve spolupráci s šéfkuchařem restaurace pražského hotelu Café Imperial Zdeňkem Pohlreichem. Jednou z novinek je celoroční vzdělávací pořad rádia Kiss „Na minutku šéfe“. V něm se posluchači dozví o běžných i exotických potravinách a jejich kulinářském využití. Informace najdou zákazníci rovněž v letáčích INTERSPAR a SPAR,



na Facebooku a webových stránkách společnosti SPAR ČOS. Důkazem toho, že kvalita potravin představuje pro společnost SPAR ČOS prioritu, je také každoroční účast na prestižním gurmánském Prague Food Festivalu, kde se návštěvníci mohou setkat v rámci cooking show se Zdeňkem Pohlreichem osobně. „Prodejny INTERSPAR nabízejí kromě běžných také některé málo známé či exotické potraviny. Spolupráce se Zdeňkem Pohlreichem se snažíme spotřebitele nejen seznámit s méně známými produkty, ale zároveň jim poradit, jak je v kuchyni využít,“ řekl Martin Ditmar,

INTERSPAR

generální ředitel společnosti SPAR ČOS. „Proto jsme od šestého kalendářního týdne zařadili do našich letáků, na webové stránky i na Facebook recepty tohoto šéfkuchaře. To, že si vybral produkty právě z našich obchodů, svědčí o tom, že naše specializace na čerstvé a kvalitní potraviny má smysl,“ doplnil Martin Ditmar. „Lidé mají někdy obavy koupit neznámé potraviny, protože nevědí, jak je konzumovat nebo v kuchyni správně upravit,“ vysvětlil Zdeňek Pohlreich. „Proto jsem velmi rád, že ve spolupráci se společností SPAR ČOS mohou tyto druhy exotického zboží lidem přiblížit a naučit je tak upřednostňovat více kvalitu nad kvantitou, která je stále českými lidmi opomíjena,“ upřesnil Zdeňek Pohlreich. Společnost SPAR ČOS nabídne na Prague Food Festivalu 2012 velmi oblíbené fresh džusy, a především edukaci návštěvníků formou názorných ukávek kuchařského zpracování masa samotným Zdeňkem Pohlreichem.



Šéfkuchař příchozím poradí jak správně nakládat s exotickými a méně známými potravinami. Ti, kteří na tento festival plný kvalitních výrobků zavítají, budou moci řadu z nich na místě ochutnat. SPAR ČOS kromě exkluzivních potravin představí také produkty pro zdravý životní styl pod privátní značkou SPAR Natur*pur a SPAR Vital. (tz)

Jaro z knih, zahrada i koníčky

Jaro vstoupilo do zahrad i myslí nás všech. Rázem se ze zimních spáčů stávají zahrádkáři, kteří po večerech pročítají, jak se co dělá, lační po informacích, aby o víkendu místo podnikatelských a manažerských starostí dali ve svém konání prostor tvořivé energii. Hrábě, nůžky, pilky, rýče – to jsou taktovky, které rozezvučí celou naši duši. Zem voní stejně tak jako představy, co všechno nám před okny rozkvetete a uzraje. K tomu, abychom se stali mistry, hojně pomáhá odborná literatura. Nakladatelství GRADA Publishing nás má čím potěšit. Čím? O tom jsem hovořila s PhDr. Danuší Martinovou, vedoucí redaktorkou:

dáváme do tisku publikaci Připravujeme zahradu na jaro a léto, kde jsou popsány všechny činnosti, které bychom měli jako správní zahrádkáři v následujících týdnech udělat, aby nám zahrada krásně rozkvetla a všem rostlinkám se hezky dařilo. A protože se velice rozšířilo pěstování révy vinné pro osobní potřebu, jsem moc ráda, že nestor českého vinařství a vinohradnictví, profesor Vilém Kraus, aktualizoval svoji úspěšnou knihu Pěstujeme révu vinnou, do níž zařadil některé novinky. Dalším titulem, kterým uvítáme jarní dny, vycházíme vstříc současnému trendu přírodních zahrad, k nimž neoddělitelně patří také různí živočichové, mimo jiné zpěvní ptáci. Bez nich by nám bylo na zahradě jistě smutno. S jakými ptáky se lze na zahradě setkat a jak můžeme napomoci ke zvýšení jejich populace, o tom se píše v bohatě ilustrované knížce Ptáci na zahradě.

Zdá se mi, že stále více žen, ať již podnikají, nebo působí v manažerských pozicích, vyhledává právě práci na zahradě, stává se to pro ně velkým koníčkem. Proč zrovna kytičky, trávník, ovoce a zelenina?

Jak mohu ze své vlastní zkušenosti posoudit, práce na zahradě je úžasnou relaxací. Rýpete se v hlíně, sázíte a přesazujete kytičky, běháte s konví, plejete záhony, stříháte stromy, jezdit se sekačkou... prostě se maximálně manuálně vyžíváte a hlava se postupně čistí a zbavuje nánosů starostí, které přináší každodenní pracovní shon. A ke všemu má ta práce na zahradě své výsledky, ať malé, nebo větší, prostě vždy se něco urodí, máte co sklízet, co natrhat do vázy, z čeho se těšit. Je to prostě takové pohlázení po duši, a když k tomu ještě připočtete sluníčko, zpěv ptáků, soumraky se záplavou svatojánských broučků, grilování s přáteli, není divu, že zahradničení je po léta

oblíbeným koníčkem. Tato tendence přitom vůbec neklesá, spíše naopak, neboť ve chvílích volna snad každý touží po klidu někde v zeleni. Když už jsem zmínila grilování, ráda bych čtenáře upozornila, že pro chvíle pohody na zahradě a zároveň pro milovníky uzelených dobrot v blízké době vydáme publikaci Vše o uzení, kde je zasvěceně a přehledně popsáno, jak naložit a vyudit maso, párky či klobásy, ryby nebo sýry, v jaké udrně a jakým dřevem správně udit, a k tomu je připojeno plno zajímavých receptů.

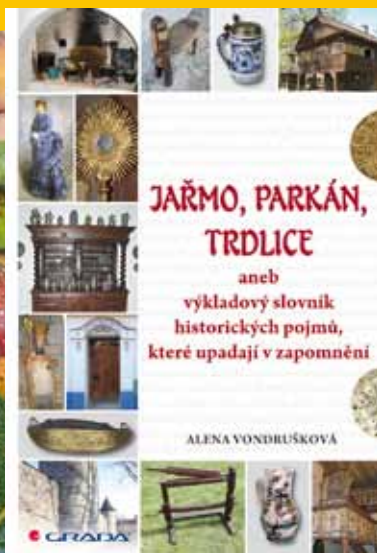
Obdobné je to s pejsky – myslíte, že stále platí Pes přítel člověka?

Určitě! Stačí se podívat kolem sebe, kolik lidí se prochází s nějakým pejskem. Mám dojem, že psů neustále přibývá, a to samotné svědčí o tom, že pes je pro svého majitele tím nejlepším kamarádem. A nejnějnějším, i když se někdy pán či panička ke svému čtyřnohému svěřenci chovají nevhodně, a vůbec si neuvědomují, že chyba není na straně psa. Mnohé o budování správného vztahu mezi člověkem a psem, bez násilí a trestů, se dozvědí v našich knihách Výcvik psa podle jeho temperamentu a Výcvik psa k dokonalé poslušnosti. A těm, kdo si chtějí pořídit psa a nevědí, jaké povahové rysy jsou pro jednotlivá plemena typické, zda jejich miláček nebude budit celý dům nebo ho nebudou věčně honit po všech končinách, vřele doporučuji další knihu našeho nakladatelství Psi celého světa. Není to jen pouhý atlas, ale skutečný rádce pro výběr vhodného psa do rodiny.

Vy sama potvrzujete pravidlo – zahrada k vám patří nejen na redakčním stole, ale také jako fyzická radost. Už máte představu, čím svou zahradu letos zkrášlíte?

Víte, když jsem se loni na podzim na svoji zahradu, kterou jsem 15 let zvelebovala a na kterou jsem byla velice hrdá, podívala kritickým okem, zjistila jsem, že je až příliš „učesaná“. Rozhodla jsem se proto, že letos tento dojem trochu změkčím a na části pozemku vysázím luční byliny a květiny a vytvořím si tak přírodní zahradu, s mnohými polozapomenutými, u nás původními

Jaro už se zase probouzí a čeští zahrádkáři a kutilové nabírají energii. Co nového jste pro ně připravili? Jako každé jaro jsme pro čtenáře samozřejmě přichystali pár novinek. Teď zrovna





▶ rostlinami, které rostou samovolně a nepotřebují tolik péče. Navíc se těším, že se k nám nastěhují různobarevní motýli, které známe pomalu už jen z knížek. A nezapomenu samozřejmě na vyvěšení pár budek pro ptáky.

Praktikujete některá doporučení z knih, které vydáváte? Vlastně mnoho publikací prochází vašimi rukama, vaší hlavou a počítačem, takže musíte být studnicí poznatků a informací, jak si na zahradě počínat....

Kdybych takovou studnici opravdu byla, tak nechám redaktořiny a vrhnu se na sepisování zahradnických encyklopedií. Bohužel tomu tak není, rukama a hlavou mi totiž proběhne tolik rukopisů, že nejsem s to ani při nejlepší vůli si všechno podstatné zapamatovat, spíše se mi to všechno splete dohromady. Je ale pravda, že když potřebuji nějakou radu ohledně zahrady, tak po našich vydaných příručkách často sáhnu. Ocenila jsem zejména knížky o řezu rostlin, kde je množství návodných ilustrací, které pochopí i laici. Když se potřebuji zbavit škůdců, kterých se vždy vyrojí hbaděj, poslouží mi kniha Účinná ochrana zahradních plodin. A rady k chystaným změnám v koncepci své zahrady určitě najdu v publikaci Jak vypěstovat květnatou louku.

Mně osobně Grada potěšila knihou Jařmo, parkán, trdlíce aneb výkladový slovník historických pojmů, které upadají v zapomnění. Mimo jiné tím, že jsem se z ní dozvěděla spoustu zajímavých informací o předmětech, které jsou dodnes k vidění na víkendových chalupách.

Soudě podle prodeju potěšila nejen vás, ale hodně dalších čtenářů. A myslím, že plným právem. Autorka Alena Vondrušková si dala velkou práci, aby shromáždila několik set výkladových hesel z oblasti staveb a bydlení, odívání, venkovského života a zemědělské práce, domácí i řemeslné výroby, obchodu, vzdělanosti a víry, a doprovodila je krásnými fotografiemi. Jednotlivá hesla zařazující předměty do historického kontextu sice čtenáře uvádějí do minulosti, ale minulosti často dosud živé. Vždyť těch lidí, co mají chalupy a v jejich vybavení nástroje, s nimiž pracovali jejich babičky a dědové, je spousta. A současní vlastníci mnohdy ani neví, k čemu kdysi sloužily. Najdete tam také vysvětlené pojmy vztahující se k práci na zahradě či na poli, jako brány, cep, hrabice, nůše, okov, opálka, putna, rádlo, štoudev, vějačka ad. Navíc je kniha skvěle napsána a vtipně spojuje poučení se zábavou.

Téměř současně s výkladovým slovníkem Jařmo, parkán, trdlíce... jste vydali ještě další knihu, která slovník víceméně doplňuje a čtenáře přenáší do dob více či méně dávno minulých.

Když jsem se u předchozí knihy zmiňovala, že vtipně spojuje poučení se zábavou, totéž platí i pro knihu Mastičkáři, čičači kávy, brabenáři aneb čím se živili naši předkové. Jak podtitul naznačuje, čtenáři se dozvědí, jaká leckdy i bizarní povolání vykonávali naši předkové, aby si vydělali na živobytí. Jde přitom o publikaci vpravdě ojedinělou, neboť není snadné dopátrat se informací o vymřelých povoláních, když v té době ještě neexistovala všudypřítomná média. Její autorky pátraly jako skuteční detektivové a někdy objevily opravdové poklady, dokládající radikální přeměnu společnosti. K smíchu by nám dneska asi byli muži chodící po lese s pytlek na zádech a sbírající mravenčí kukly, mobilní toaletáři nabízející vykonání potřeby na ulici do kbelíku, nosiči nosítek, čistíči svíček v divadlech, valcháři shromažďující lidskou moč nebo pouliční zpěváci, vytrubující do světa hrůzostrašné příběhy.

za rozhovor poděkovala Eva Brixi

Zbavte své tělo vysokého BMI, toxinů a únavy!

Také vám po zimě Body Mass Index, neboli index tělesné hmotnosti, nepřijemně vyšplhal nahoru? Tíží vás přebytečná kila, cítíte se unavení a bez energie? Léčebné lázně Bohdaneč vám pomohou neposlušný BMI zkotřit, po zimě detoxikovat, ozdravět a celkově „nastartovat“. Body Mass Index je neúprosný. Číselná stupnice vždy ukazuje přesnou numerickou hodnotu, která jednoznačně říká, jak na tom s naší tělesnou hmotností jsme. BMI vypočítáme tak, že vydělíme svou tělesnou hmotnost v kilogramech svojí výškou, umocněnou na druhou. Pokud máte BMI v rozmezí 18,5–24,9, gratulujeme, jste v normě. Dostává-li se nad hodnotu 25, měli byste zpozornět, přivedli jste totiž svoje tělo do stavu mírné nadváhy. BMI nad 25 znamená řadu zdravotních rizik, jako jsou například bolesti zad, kloubů, únava, hypertenze, dna, dušnost, cukrovka nebo onemocnění žlučníku. Obezita je pak klasifikována v případech, že BMI vyšplhá nad 30. V takovém stavu se zdravotní potíže výrazně zhoršují a naše pohlavní hormony si dělají, co chtějí, dostávají se do abnormálních hodnot a v těle pak způsobují pořádný nepořádek. Vyšší BMI není nemožné zkotřit, musíme jen vědět, jak na něj. Po zimě se často zvýší a pak je důležité, abychom ho dostali opět do

normy. Léčebné lázně Bohdaneč proto v těchto dnech startují speciální třídní pobyty, které vás naučí, jak svůj BMI v každodenním životě krotit a dlouhodobě udržovat v ideálních hodnotách. Absolvujete tu současně také jarní detoxikační kúru, a především získáte návod, jak vést trvale životní styl, minimalizující vaše potenciální zdravotní rizika. Jarní „detoxikační“ pobyt začíná konzultací s nutričním terapeutem a lékařem. BMI vám tu odborně změří na lékařském přístroji, který do finálního výsledku kromě tělesné výšky a váhy zahrne také další ukazatele



jako procento tělesného tuku, viscerálního tuku, kosterní svaloviny a vypočítá hodnotu klidového metabolismu. Následně vás čekají tři dny plně detoxikačních, zeštíhlujících a ozdravujících procedur jako lymfodrenáž, detoxikační aromamasáž, sauna či whirlpool. Speciální pozornost Léčebné lázně Bohdaneč věnovaly také pitnému režimu a stravování v podobě jarního dietního menu. Třídní jarní detoxikační kúru v Lázních Bohdaneč můžete absolvovat od 1. března do 6. května. Pobyt si můžete dopřát velmi výhodně – včetně ubytování, stravy a procedur ho pořídíte od 3800 do 4300 korun.

(tz)

Jak efektivně využít čas



Mgr. Helena Glücksmannová, Capsa-Premier.cz, s.r.o.

Již práce v auditu mě naučila, jak důležité je zachovávat správnou work-life balance. Já proti přepracování bojuji řadou fyzických i tvůrčích aktivit, které mají svůj pevně stanovený čas. Ty mi poskytují relaxaci a také přesnou dobu, dokdy musím práci dokončit. Za klíč k úspěšnému zvládnutí nejen práce, ale i domácnosti, pak považují organizaci a stanovení priorit. Pro mě nejlépe funguje zrekapitulovat si své povinnosti a pak si s přihlédnutím k důležitosti a dostupnému času stanovit postup jejich plnění. Vše důležité si poznamenám, abych se pak mohla věnovat konkrétnímu úkolu a nemusela myslet na další povinnosti.

Horoskopy

Co nám připravily planety

Horoskopy Daniely Hannah, 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.

Novoluní v Beranu 22. 3. 2012

Toto zajímavé novoluní v Beranu bude v konjunkci s planetami Měsíc, Merkur a Uran. Jedná se o mimořádně silné aspekty, kdy jsou tyto planety v objetí, velmi blízko sebe. Připravte se na pořádný uragán, který zahýbe s vaším životem. Budou se dít velké věci! Tato silná energie přináší aktivitu, osobní rozvoj a možnost posunu kupředu. Planety se postarají o nezávislost, originalitu, zvraty, náhody, úspěchy ale i možnost ztráty. První jarní úplněk 8. 4. proběhne ve znamení Vah. Je to období, které vyvolává deprese a smutek. Tento úplněk vám může překazit vaše plány. Myslete pozitivně a nenechte se nikým a ničím vyvézt z míry. *vaše Daniela Hannah*

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

O ničem...

Nesnám věci o ničem. Ale o ničem to je právě teď. Vůbec se mi nechce psát. Ani fejeton ani verše ani žádné pohledy na věc. Možná to znáte – prostě totální nechť. Nezájem. Nesoustředěnost. Žádná motivace něco sdělit, pro cokoli se nadchnout. Představte si, že mi ani nevadilo, když volal kamarád, že ruší schůzku. S ledovým klidem jsem mu řekla, že se nic neděje a že tedy někdy příště. Nenabušilo mne ani to, že jistý správce konkurzní podstaty se spíše choval jako gentleman místo toho, aby vyhrožoval. Nerozházelo mne, že jsem se nedopracovala k brouzdání na webu jedné kosmetické firmy. Dokonce ani to, že mne nenadchnul parfém, po němž jsem toužila. Co se to děje? Že by nastávalo v mojí myslí období, kdy mne pod tíhou zkušenosti nic nesestřelí, ba ani nic neuchvátí? No těpic, to jsem to dopracovala... Ale vážně – mám dojem, že s nervozitou ekonomiky začíná být mnohé kolem nás o ničem. Už nejsme



naštvaní, už jsme neteční. Sousedí jsou zapšklí, spolupracovníci nemluvní a já sama místo abych o půlnoci vymýšlela ptákoviny, které mi na stáří zajistí živobytí, jsem tak akorát na odstřel. Padám kolmo do postele a nic se mnou není. O ničem jsou i jiné věci, které ještě nedávno byly o něčem. Třeba takové placení faktur. Svět sám pro sebe, že? Co chvíli mi volají z různých firem: zaplat! Ale ano, zaplatím, ujišťuji. Ale má to háček – zaplatím, až uhradí faktury někdo zase mně! Že je to můj problém? No jasně, chápu. A když je to tak, je mi líto, tak to udělám, až na to budu mít. Pak zaplatím. Co s tím? Jo, holka, já nevím. Platební nemorálka nasadila vysoké sprinterské tempo a těžko ji někdo dohoní. A smysl pro čest a pravdivost? Je to o ničem. Poprosila jsem jednu firmu o laskavost – zda by nám už po těch měsících za odvedenou práci nezaplatila, splatnost byla koncem prosince, no, a již máme březen. Snad jsem představitele oné společnosti nevystrašila jarní hyperaktivitou, když dřímají v jarní únavě a komunikace s nimi je o ničem. Odpověděli mi, že ve firmě vyměnili komplet vedení. Že by záminka k tomu, aby se neplatilo? Divné móresy! Ale proč ne – možné je vše, tak co se dívám. Aktivní blbec má být po zásluze potrestán. Kdysi se říkávalo: sliby se slibují, blázni se radují. To o ničem nebylo. Co je o něčem, v tom aby se čert vyznal. Z jiné firmy mi onehdy sdělili, že by byli rádi, abychom pro ně pracovali. Naznačili: zadarmo. Třeba jde o nějaký nový směr navazování kontaktů, co já vím. Netuším ani, jestli je to podle platných

fejeton



legislativních zamotanců možné. Aby firmy pro sebe navzájem působily zdarma, jen tak, aby to bylo vlastně o ničem. Co by bylo s daněmi? A vůbec? Nakonec ale – proč ne? Daly by se s tím dělat čáry a připravit mnohá překvapení. Chystám se na návštěvu jistého nákupního centra. Už se těším. Budu si brát. Zdarma. Co hrdlo ráčí, co vozík uveze. Proč ne? Věřím, že u pokladny postačí, když řeknu: však to nějak uděláte! Přesně tak, jako to říká řada našich fandů sice s plnou, ale zavřenou peněženkou: vy už to nějak zmáknete, no, pomozte, udělejte dobrý skutek! Dělam ty dobré skutky den co den, až mi z toho jde hlava kolem. Před pár dny mi jeden kamarád povídá: už je to tady. Dvě kopy vajec za dvě husy, pytel cementu za pět chlebů. Vracíme se tam, odkud jsme vzešli. Jo, bartery, to teď frčí. A je to o ničem. Ztuhl mi výraz ve tváři. Zděsila jsem se sloganu, který začíná být životním krédem střední třídy zoufalců: je to o ničem. Až si zítra stoupnu na váhu a zjistím, že jsem přibrala pět kilo, mávnu nad tím rukou a zašeptám si před zrcadlem – je to o ničem. Tak ať máte aspoň pěkné jaro – jinak to fakt bude o ničem.

Eva Brixí

Dnešní zákazník zkrátka očekává nejen profesionalitu

Časy se mění... to není jen popěvek ze známé písně, ale to je fakt, se kterým musí počítat v současné době každý. A jak se změnil časy pro začínající podnikatele? Podle statistik Ministerstva průmyslu a obchodu ČR zájem Čechů o podnikání poslední tři roky stoupá, avšak firem a projektů, které přežijí dva roky existence, je dramaticky méně než jinde v Evropě. Odvaha začít nám tedy nechybí, co bychom ale museli změnit, aby nakonec úspěšně realizovaných podnikatelských záměrů bylo více?

Doba minulé

Doba minulé, a tím tentokrát není míněna doba předrevoluční, ale naopak těsně polistopadová, umožňovala tehdy začínajícím podnikatelům řadu věcí, které dnes dávno možné nejsou. A to pomineme změny v legislativě a řadu machinací, které na sebe nedaly dlouho čekat. Soustředíme se na zákazníka, jeho očekávání, zvyky a postoje a na kulturu podnikatelského prostředí. Zákazník začátku devadesátých let byl v první řadě hladový. Nedostatek všeho v letech před rokem 89 vytvořil obrovský podtlak, v důsledku čeho pak zákazníci kupovali téměř sami. Obchodníci se cítili mít navrch, jejich servis, komunikace, přístup byly mnohdy velmi nedostatečné, a přesto se zákazníci vraceli. Podnikatelské prostředí se teprve utvářelo, zákazníci i podnikatelé se navzájem učili, jak k sobě přistupovat, takže i vůči chybám byli tolerantnější. Někteří vsadili na kvalitní práci nebo produkty a hodnoty prvorepublikových podnikatelů, jiní chtěli rychle vydělat a jít dál bez ohledu na to, jak se to dotkne jejich podnikatelské pověsti. Ale přišly na trh velké korporace a začaly nastavovat a požadovat určité standardy.

Standardy

Vzhledem k nedostatečnému podnikatelskému vzdělání nové generace majitelů firem řada z nich lehce podlehla konkurenci, kterou tady ve druhé polovině devadesátých let začaly vytvářet zahraniční subjekty, ať už to byli zkušené samostatně fungující obchodní firmy, nebo nadnárodní korporace. Každopádně překvapením pro český trh byly standardizované postupy, procesy fungování a komunikace. Na to dosud nebyli čeští podnikatelé zvyklí. Měli pouze dvě možnosti – přizpůsobit se, nebo opustit trh. Je až s podivem, kolik lidí dnes, když začínají podnikat, vychází ze znalostí



Jana Merunková

a zkušeností právě z přelomu tisíciletí. Je jim jasné, že přidanou hodnotou je servis, že je třeba si zákazníka hýčkat a chtít si ho udržet. Ale i toto dávno nestačí...

Rozcestí

Počátek tisíciletí přinesl nové technologie a donutil trh k výrazným změnám. Podnikatelské prostředí se stabilizovalo, zákazníci si mnohem více začali vybírat, u koho a proč chtějí služby a produkty nakupovat, poznali i to, že existují práva spotřebitelů a začali se jich domáhat. Nároky na kvalitu vzrostly a stoupající konkurence tlačila ceny dolů. Bylo třeba naučit se skutečně obchodovat, uzavírat oboustranné výhodné dohody. Zákazník od této doby začíná očekávat profesionalitu, která je v korporátním světě automatickou záležitostí. Lidé začali požadovat mnohem náročnější servis

a mnohem vyšší kvalitu. Začínající podnikatelé vstupovali do velmi náročného zákaznického prostředí, avšak nováčci na trhu byli přijímáni spíše kladně, protože zákazníci rádi otestovali nějakou novinku. Speciálně podnikatelé, kteří šli s dobou a začali své služby postupně přesouvat na internet, začali být pro zákazníky atraktivní.

Umění podnikat

To však neznamená, že začnete-li podnikat na internetu v dnešní době, máte vyhráno. Tisíce a tisíce webových stránek denně umožňují zákazníkům využít výhodných nákupů, bavit se, vzdělávat se, a to, aniž by vůbec věděli, kdo sedí u počítače a vyřizuje jejich požadavky. A tady přichází zásadní změna. Lidé rádi nakoupí od renomované značky, rádi využijí servis a pohodlí, které internet umožňuje... Ale co když nejste zavedená značka, co když se vaše služby nedají po internetu poskytnout? I tak váš zákazník očekává, že jste profesionál, a to nejen v oboru, ale i v komunikaci, že víte, jak si

zákazníka získat, jak v něm vzbudit důvěru, jak udržet jeho pozornost, že se také orientujete v právech svých i jeho, že jste odborník a můžete to nějak doložit... že... že... Ale co když jste teprve úplně na začátku, s nadšením a odvahou jste si přinesli živnostenský list nebo výpis z obchodního rejstříku a věříte, že váš podnikatelský záměr je dobrý, že uspějete... Ano, i tehdy se od vás očekává, že zvládnáte umění podnikat. A že to je umění, to vám potvrdí každý, kdo nějakou svou firmu vybudoval. A že to je také o velké dávce leadershipu a schopnosti lidí vést a řídit. Co ale dělat, když nás tohle nikde ve škole neučili? Jak říká staré rčení: Je-li žák připraven, učitel se vždycky najde.

Jana Merunková, odborný garant yourchance o.p.s. a vedoucí lektor akreditovaného kurzu Základy podnikání (letos obdržela Cenu nadace T-Soft Eternity za mezioborový projekt integrující ohrožené skupiny lidí – www.podnikam.eu)

Vítejte



Největší

sít' prodejen potravin
v České republice



COOP. Všechno dobré.

www.skupina.coop

coop