

# Madam Business®

## Miloslava Šlajsová

O zdraví se musíme starat  
str. 1, 10–12

rozhovor měsíce s náměstkyní ředitele  
Všeobecné zdravotní pojišťovny  
Ing. Miloslavou Šlajsovou

### Horká neděle rozjímací

Eva Brixí

Někdy bych chtěla slyšet letní ticho  
Snad hudbu včel a ptáků  
Rokenrol rosomáků  
Mít slunce ve vlasech  
A žádná auta po silnici  
Vábit milostné dálky z pohádek  
Na okno klepou  
Zmklá strašidla a němí loupežníci

Nohy čechrám v jeteli  
A v dálce voní lípy  
Sedím si na zahradě v neděli  
A od souseda zvučí  
Slastné trylky pípy

Jen tak jemný vánek  
Šustí po mě tváří  
Rok otočil se v kalendáři  
Kapři a štiky ohlíží se z vody za rybáři

Nedělní horko  
Vysušilo slova  
Vím  
Že nemohu jinak  
Než začít lásku znova

### Desatero zodpovědného žadatele o úvěr:

- 1) Mám přehled o svých financích
- 2) Neriskuji, průběžně si dělám rezervu
- 3) Pečlivě zvažuji účel své půjčky
- 4) Zjišťuji si dostatek informací
- 5) Pečlivě zvažuji, od koho si půjčím
- 6) Spočítám si, kolik mě to bude stát
- 7) Jsem zodpovědný a čestný
- 8) Podepisuji pouze to, čemu rozumím
- 9) K půjčce přistupuji obezřetně
- 10) Problémy řeším hned

Společnost Cetelem klade důraz nejen na zodpovědný přístup při poskytování úvěrů, na informovanost klientů o nabízených finančních službách, ale rovněž sleduje kvalitu úvěrového portfolia a v případě, že je ohrožena klientova schopnost splácet úvěr a situace to umožní, usilujeme o nalezení společného a pro klienta nejvýhodnějšího řešení, nejčastěji úpravu splátkového kalendáře.

Cetelem ČR, a.s. je jedničkou na nebankovním trhu úvěrů, na kterém působí již šestnáctým rokem. Společnost je součástí jedné z největších bank světa BNP Paribas.



# Povinný počet žen ve vedení?

Více než polovina Čechů nesouhlasí se zavedením genderových kvót, přestože Evropská unie zvažuje zavést povinnost třicetiprocentního podílu žen v řídicích orgánech. Vyplývá to z červené studie společnosti KPMG Česká republika, jejíž součástí byl i výzkum veřejného mínění agentury Ipsos. Výsledky šetření jasně dokazují, že dosáhnout požadovaného podílu žen ve vedení tuzemských podniků by bylo problematické – v představenstvech firem žebříčku Czech Top 100 totiž figurují ženy jen z osmi procent. Ve vrcholovém managementu evropských podniků jich nalazneme 12 procent. Většina příznivců zavedení kvót prosazuje minimálně rovné zastoupení mužů a žen.

V každém dvanáctém křesle v rámci top managementu nejvýznamnějších českých firem dnes sedí žena, v Evropě pak v každém osmém. „Tradiční doménou něžného pohlaví je zdravotnictví, kde se v České republice daří mezi muži prosadit více než čtvrtině. Hranici deseti procent překročily ženy překvapivě také v odvětví IT a technologií. Naopak nejhůře si vedou technické obory jako doprava či petrochemie, kde je žen jen okolo čtyř procent,“ zhodnotila situaci Blanka Dvořáková, Partner, KPMG Česká republika. Evropská unie v čele s eurokomisařkou Viviane Redingovou považuje aktuální účast žen na rozhodování ve firmách za nedostatečnou. Zvažuje proto zavést povinnou 30procentní kvótu na zastoupení žen ve vrcholovém managementu podniků. S tímto krokem by však podle aktuálního průzkumu agentury Ipsos pro KPMG Česká republika souhlasilo jen 19 procent Čechů. Naopak 56 procent populace by u nás kvóty stanovující počty žen v řídicích funkcích nezavádělo. Téměř čtvrtina pak na tuto otázku nemá vyhraněný názor nebo je problematika nezajímá. Dotazované ženy se k názoru zavedení genderových kvót stavěly pozitivněji – souhlasilo by s nimi 23 procent. Mezi muži by zavedení kvót podpořilo jen 14 procent. „Průzkum jasně potvrzuje vřitou nedůvěru Čechů k uměle zaváděným pravidlům, která by zvýhodňovala určitou skupinu obyvatel před jinou,“ konstatovala Blanka Dvořáková. Příznivci zavedení kvót se spíše kloní k názoru, že by počet mužů a žen v řídicích funkcích měl být vyrovnaný. Více než polovina respondentů (54 procent), kteří se vyslovili pro zavedení kvót, se vyjádřila pro minimálně 50procentní účast žen v managementech firem, ženy jej podpořily dokonce v 60 procentech. Se

zavedením pravidla nejvíce souhlasili lidé ve věku 45 až 54 let (23 procent), nejméně pak mladí do 24 let (10 procent). Respondenti z Moravy (23 procent) by ženy mezi lídry firem viděli raději než Češi (17 procent). České manažerky nepovažují návrh EU za nešťastnější. „Podle mne pouze paušální zavádění kvót bez dalších podpůrných opatření je nešťastné řešení. Firmy by měly podporovat ženy ve vedoucích pozicích jinými prostředky než zavedením kvót,“ uvedla Michaela Chaloupková, ředitelka divize nákup a členka představenstva společnosti ČEZ. Spíše než v počtu žen v top managementu naznačila M. Chaloupková problém jinde: „Vůbec se nedivím, že ženy spíše volí rodinu. Je to na jedné straně přirozené, ale na druhé straně jsou k tomu často nuceny vnějšími okolnostmi. Muži obecně mají vyšší příjmy, a proto je rozhodnutí, že žena zůstane doma, většinou jasné.“ Podniky by se podle ní měly v první řadě zaměřit na srovnání platové úrovně mužů a žen na stejných pozicích a podporovat ženy jiným způsobem – zavést například pružnou pracovní dobu, práci z domova, částečné úvazky, firemní jesle a školku.

Ani ve zdravotnictví, kde je zastoupení žen na vysokých postech nejvyšší, nevidí top manažerky pro zákonem dané výhody důvod, ba naopak. „Jsem přesvědčena o tom, že schopné ženy se dokážou prosadit i bez kvót. Zdravotnictví se postupem let významně feminizovalo, i když ne do takové míry jako například školství. I tak to považuji v našem oboru za škodlivé,“ nastínila Dana Jurásková, ředitelka Všeobecné fakultní nemocnice v Praze. České vrcholové manažerky si myslí, že ženy ve vedení mohou firmě jediné prospět. „Vyvážené

týmy složené z mužů i žen jsou mnohem výkonnější než třeba výhradně mužské týmy,“ řekla Michaela Chaloupková. Právě ženský element podle ní hraje významnou roli v komunikaci týmu a sdílení zkušeností. Ženy nejsou tak individualisticky založeny, dokáží tedy více spolupracovat, což může potlačit soutěživost a naopak podpořit tým. Důležitosti ženského pohledu na vedení firmy si všímá i Dana Jurásková: „Ženy jsou v řešení problémů často pragmatičtější a důslednější než muži, jsou orientovány na výsledek a velmi respektují čas. Na druhou stranu jsou empatické a schopné tuto vlastnost využívat při řízení.“ Některé evropské země již předpisy podporují ženy v řídicích funkcích využívají a zdá se, že fungují. Jako první s nápadem přišlo v roce 2003 Norsko, které zavedlo 40procentní kvótu. Příští rok by chtěl stejného poměru mužů a žen dosáhnout Island, v roce 2015 Španělsko a za další dva roky Francie. V Austrálii je tato kvóta nastavena na 20 procent. „Genderové kvóty nejsou žádnou novinkou, roky jsou známy z politické a veřejné sféry. Opatření na podporu rovného zastoupení mužů a žen ve veřejných výborech uplatňují zejména skandinávské země, kde je také tradičně vysoké zastoupení žen v politice,“ uvedla Blanka Dvořáková. Rovnost pohlaví podporují například i Belgie, Německo, Řecko a Izrael. Studie společnosti KPMG Česká republika mapovala zastoupení žen v Czech Top 100 firmách v první polovině roku 2012. Výzkum veřejného mínění realizovala pro KPMG Česká republika agentura Ipsos. Sběr dat proběhl on-line formou 13.–19. června 2012 a zúčastnilo se ho 503 respondentů s reprezentativním zastoupením podle pohlaví, věku, kraje, vzdělání, čistého měsíčního příjmu a velikosti místa bydliště. (tz)



# CZECH MADE pro SOLODOOR

**Pamatuji doby, kdy měly všechny kanceláře a byty, kromě interiérů zařizovaných v letech, jimiž říkáme historie, stejné dveře, unifikované, jedny jak druhé. Člověk nevěděl, jestli je v hotelu, v práci, nebo doma. Jestli se hodily k nábytku, ladily s duší prostoru, to nikdo neřešil.**

Mnoho objektů ve druhé polovině minulého století při rekonstrukcích a modernizacích tak přišlo o dveře původní, přívětivé a bytelné, které vypovídaly o vkusu a mistrovství truhláře či architekta. A teprve zase až v posledních letech si své místo na slunci probíjí tolik potřebný „kult“ dveří, které opět začínají hrát roli významného designového prvku. U firmy SOLODOOR a.s., držitele proslulé značky CZECH MADE, si určitě vyberete. Generálního ředitele Martina Dozrála jsem se zeptala:

**SOLODOOR rovná se výrobce dveří a zárubní. Každý poctivý řemeslník ví, že vyrobit dveře funkční a krásné nedokáže jen tak každý. V čem spočívá know-how vaší značky?**

Dveře a zárubně děláme v SOLODOOR již patnáctým rokem. Výrobně naši pozornost nerozptýlujeme ničím jiným. Pracujeme s nejnovějšími výrobními technologiemi a materiály. Investujeme nemalé finanční prostředky do neustálého vývoje nových modelů dveří. Nápady na inovace konzultujeme s vybranou skupinou našich specializovaných prodejců, čímž je zajištěno, že vždy vyvíjíme výrobky, které trh aktuálně chce a potřebuje. Jsme komunikačně velmi otevřená společnost, která poslouchá své zákazníky a maximálně jim vychází vstříc. Silná a rychlá zpětná vazba od zákazníků je nenahraditelnou součástí naší výrobní a obchodní strategie. Velmi pečlivě vybíráme materiály, z nichž poté naše dveře a zárubně vyrábíme. Velmi nám záleží na tom, aby byl výrobek skutečně kvalitní. Investujeme do nejrůznějších certifikací, které pravidelně prověřují kvalitu naší výroby a vnitřních předpisů. Nejnověji jsme získali

právo používat označení CZECH MADE. Jsme také držitelé certifikátu Ekologicky šetrný výrobek a mnoha dalších atestů pro různé druhy speciálních dveří. Zákazník se tedy v případě SOLODOOR může spolehnout na kvalitu, která je potvrzená nezávislou certifikací. Snažíme se také maximálním způsobem usnadnit výběr a nákup dveří finálnímu zákazníkovi. Proto

investujeme miliony korun do precizní katalogové a internetové prezentace dveří. Jedním z nejnovějších nástrojů, které jsme pro naše zákazníky spustili, jsou webové stránky s jedinečným konfigurátorem dveří a zárubní, který navíc ve své funkcionalitě obsahuje i reálné vizualizace vybraných dveří v interiéru. Nastavujeme tím nové standardy ve výběru a nákupu dveří, kdy se snažíme možnost výběru maximálním způsobem přenést do pohodlí domovů našich zákazníků a ušetřit je otravného běhání po vzorkovnách. Naše know-how tedy spočívá zejména v tom, že na sobě neustále pracujeme a vyvíjíme se, a to jak v oblasti výroby dveří a zárubní, tak v oblasti podpory jejich prodeje.

**Na trh dodáváte také dveře protihlukové, ty, které odolávají požáru i dveře bezpečnostní. Jsou určeny patrně zejména pro firemní zákazníky...**

Tak tomu striktně není. Protihlukové dveře se používají např. jako vchodové dveře do bytu (zároveň jsou i požárně odolné). Použit je můžete i přímo v bytu při nutnosti odhlučnit dětský pokoj nebo pracovnu. Požárně odolné dveře zase naleznete v rodinných domech, v garážích,



kotelkách apod. Samozřejmě, že speciální dveře naleznou uplatnění také u firemní klientely (zvuková studia, zdravotnická zařízení atd.). Jsou to však univerzálně použitelné dveře, které mají své nezastupitelné místo jak v klasických domácnostech, tak u firemních zákazníků.

**Těm určitě přijde vhod reference, která souvisí s prosazováním kvality – zmínil jste, že jste držitelé značky CZECH MADE. Jak jste se k ní probíjeli a co vám přináší?**

Ke značce CZECH MADE jsme se probíjeli absolvováním podrobného auditu, kterým prošla naše výroba i vnitřní procesy, včetně procesů obchodních. O to více jsme rádi, že tuto značku máme, neboť potvrzuje vysoký standard našich výrobků a vnitřních procesů. Konkrétní přínosy teprve uvidíme, neboť značku CZECH MADE jsme oprávněni používat relativně krátkou dobu. Pevně věříme, že podpoří prodej našich výrobků, které odliší od často velmi nekvalitních importovaných výrobků, které spousta dovozců navíc klamně označuje jako dveře vyrobené v České republice. Mělo by to být také jakýmsi apelem na domácí zákazníky, aby kupovali české dveře a podporovali tuzemskou kvalitu. Na získání tohoto označení jsme velmi hrdí a nepochybujeme, že nám obchodně velmi pomůže.

**Vnímají toto označení spíše ženy – zákaznice, anebo muži?**

Dle našeho názoru je vnímají intenzivněji ženy, které jsou přeci jenom ve výběru dveří a zárubní těmi, kdo mají „prst na spoušti“ a finálně rozhodují.

pokračování na straně 7 ►





V tomto vydání Prosperity Madam Business jsme na vybraných stranách použili jako ilustračně reklamní fotografie snímky výrobků jedné z řady privátních značek COOP. Jde o značku COOP DOBRÉ JISTOTY. Pod jejím logem najdete v prodejnách COOP postupně zhruba 100 potravinových výrobků. Aby se do této kvalitativní kategorie probojovaly, musely splnit tato kritéria: jsou bezpečné, poctivé, ověřené, české, ekologické a nesou kritérium společenské zodpovědnosti.

Rádi bychom vám, především našim čtenářkám, zmíněný sortiment vynikajících výrobků touto formou přiblížili.



www.coop.cz

jde o placenou prezentaci vztahující se k celému srpnovému vydání



## Tip Grady

### Sebedůvěra v práci

Zdravá sebestjista je základem úspěchu. Díky ní dokážeme více a máme lepší výsledky. Tato knížka vám pomůže zvýšit vaši sebedůvěru a dále ji rozvíjet. Na začátku se v podrobném dotazníku dozvíte, jaké je vaše sebehodnocení, a pak vás již zkušená psycholožka provede světem sebedůvěry a podělí se o nejzajímavější zjištění, která vyplynula z rozhovorů s dvaceti profesně velmi úspěšnými osobnostmi.

Pomůže vám uvědomit si, kdo vlastně jste a co umíte, jak prezentovat svou osobnost jako značku, jak vybudovat své společenské já a přizpůsobit svůj projev nárokům pracovního trhu.

## partneři www.madambusiness.cz

 www.amway.cz	 www.yourchance.cz	 www.tsoft.cz	 www.geniusmedia.cz
 www.unicreditleasing.cz	 www.kupeg.cz	 www.lg.com	 www.ngprague.cz
 www.katerinareSORT.cz	 www.kiamotors.cz	 www.edenred.cz	 www.reginakosmetika.cz
 www.credium.cz	 www.cchi.cz	 www.templarske-sklepy.cz	 www.vox.cz
 www.zpmvcr.cz	 www.modelpraha.cz	 www.laznejachymov.cz	 www.zts.cz
 www.economy-rating.cz	 www.coop.cz	 www.cetelem.cz	

### Prosperita Madam Business

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 6, srpen 2012

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

## Poroste úloha komunikace firem, institucí a veřejnosti?



Mgr. Věra Hloušková  
tisková mluvčí  
Muzea hlavního města Prahy

Význam komunikace firem, institucí a veřejnosti je velice důležitý pro pozitivní pověst firmy, instituce, neziskové organizace nebo veřejně exponované osoby. Jde hlavně o podporování vztahů a dobré vůle mezi osobou, firmou nebo institucí mezi jinými osobami, částí veřejnosti nebo společností v nejširším slova smyslu. Společensky odpovědná komunikace posiluje postavení institucí v očích zaměstnanců, partnerů, médií i celé veřejnosti. Komunikace rovněž spočívá v předcházení a v prevenci vypuknutí negativních ohlasů, respektive v komunikačním zvládnutí krize; má mimořádný význam pro dobré jméno té které organizace a rovněž tak i pro omezení „ztrát“.

## Co oceňujete na podnikatelkách a manažerkách?



Ing. Vladimír Straka  
předseda představenstva  
Sdružení pro oceňování kvality

To, že se rozhodly podnikat. A pokud ještě zvládají péči o rodinu, tak je to opravdu ke smeknutí klobouku.

Myslím, že pro ženy je podnikání, případně výkon manažerské funkce, podstatně náročnější než pro muže, i když někdy v této pozici mohou využívat jiné zbraně než muži.

## Informace do kabelky

### Ovocná piva jsou letním hitem a bodují u žen



Také jste již nevěděli, jak se v rekordních teplotách osvěžit a osvědčené metody již téměř nezabíraly? Zkuste ovocná piva, která jsou letos opravdovým hitem! V současnosti dle odborníků pivovarského trhu rapidně roste počet lidí, kteří chtějí zkusit novinky a rozmanité chutě. Díky tomu na trh přichází celá řada nových produktů. A právě ty v podobě míchaných nápojů z piva nyní oslovují stále širší publikum i mezi ženami a získávají si v létě a horkých slunečných dnech mezi Čechy obrovskou popularitu. Je také faktem, že mnoho žen, které dříve pivem „opovrhovaly“, si na těch ovocných doslova pochutnává. Jsou parádním osvěžením, které chutná. Mnoho příznivců něžného pohlaví rovněž preferuje české pivní značky. Jedna z nich, Gambirinus, nedávno uvedla na trh dva nové nízkoalkoholické míchané nápoje z piva, Gambirinus řízný citron a Gambirinus limetka a bezinka. Jedná se o nápoje z piva s nižším obsahem alkoholu, které se vyrábějí smícháním výčepního Gambirinu s přírodní ovocnou šťávou. „Při výběru příchutí jsme se obrátili na samotné spotřebitele. Ti si z celé řady různých příchutí zvolili limetkovou s přídavkem bezinky. Bezinka je mezi Čechy velmi populární a spotřebitelům přináší typicky české osvěžení. Citron je chuťovou klasikou, kterou spotřebitelé oceňují proto, že je nejvíce osvěžující. I zde jsme ale chtěli nabídnout něco navíc, proto jsme zvolili řízný citron,“ řekl k výběru chutí Jan Doležel, brand manager značky Gambirinus. Všechny milovníky osvěžující chuti zajisté potěší i to, že oba míchané nápoje z piva jsou dostupné v půllitrových plechovkách. Skvěle vychlazené si je tak můžete dopřát třeba v letním podvečeru doma, vzít na piknik s kamarádkami v parku či po nich sáhnout při letním výletu vlakem. V půllitrových lahvičkách si je pak můžete objednat v barech, restauracích a hospodách.

(tz)



# Manažer kreativity a inovací

Hledáte originální řešení přístupu k zákazníkům, službám, výrobkům, procesům?  
Chcete umět reagovat rychle a překvapivě?

**CÍL STUDIA:**  
SKOKOVĚ POSÍLIT kreativitu  
ZVLÁDNOUT techniky a metody pro posílení tvořivosti  
APLIKOVAT změny a inovace

**Dvousemestrální studium zakončené certifikační zkouškou**

**Termín studia: říjen 2012 – květen 2013**

**Místo konání: HOTEL PROSPER \*\*\*\*, Čeladná**

**PROGRAM STUDIA**

## Kreativita

Úvod do kreativity  
Psychologie tvořivosti  
Kreativita v individuální rovině  
Laterální myšlení  
Organizační kultura podporující kreativitu a inovace  
Nácvik rozvoje osobní a týmové tvořivosti prostřednictvím uměleckých disciplín  
- fotografie  
- malířství  
- reportáž  
- práce s mikrofonom  
- práce s kamerou  
- koláže  
- literární hrátky  
Motivační faktory vedoucí k seberealizaci a navyšování vědomí vlastní hodnoty

## Inovace

Inovační podnikání  
Inovační inženýrství  
Inovační management  
Inovační proces výrobku  
Inovační proces technologického postupu  
Inovační proces služby  
Audit podnikového inovačního prostředí  
Marketing inovací  
Řády inovací  
Ochrana duševního vlastnictví  
Tvorba nových produktů (výrobků, služeb)

## Metody a nástroje k tvořivému řešení problému

Analýza SWOT  
Analýza silových polí  
Brainstorming  
Analogie a asociace  
Synektika  
TRIZ/ARIZ  
Galerie  
Advokát  
Alternativní scénář  
Parafrázování  
SIPOC  
Rybí kost  
FMEA  
Stakeholders analýza

## Manažerské dovednosti

Facilitace  
Koučink  
Řízení změn  
Jak z nápadu udělat inovaci  
Myšlenkové mapy  
Manažerské rozhodování  
Projektové řízení  
Vůdcovství  
Firemní Best Practices

## Relaxace a koncentrace

5P  
Jacobsonova progresivní relaxace  
Nácvik řízené imaginace  
Autogenní trénink  
Přeladování mozku k tvořivosti

podrobněji na: [www.dto.cz](http://www.dto.cz)

# Ženy mají firmám

## hodně co nabídnout

Počet žen ve vrcholových pozicích českých firem rok od roku stoupá, v porovnání s jinými vyspělými zeměmi ale máme stále ještě co dohánět. O tom, že by se ženám měla dávat stejná příležitost k uplatnění se ve společnosti i v kariéře jako mužům, je přesvědčen Ing. Václav Horák, generální ředitel společnosti Cetelem ČR, a.s., již řadu let. Ostatně právě Cetelem je toho velmi dobrým příkladem. Ženám, které zde pracují, vychází dlouhodobě vstříc. A Václav Horák věří, že tento trend a genderové chápání možností seberealizace žen budou pokračovat a rozvíjet se, a nejen v podmínkách Cetelemu. Domnívá se, že rovné příležitosti mají svůj význam:

**Žena podnikatelka a manažerka, to jsou slova, která získala patřičnou celospolečenskou prestiž. Dnes je to označení, které je vnímáno objektivněji a vstřícněji než před deseti patnácti lety. Už to zní. Cítíte to také tak?**

Osobně si myslím, že být ženou podnikatelkou či manažerkou znělo prestižně i před těmi deseti patnácti lety. Ale pravdou je, že oproti současnosti to lidé vnímali řekněme trochu jako nezvyklé označení, neboť takových žen

bylo podstatně méně. Je dobře, že se situace mění. Ženy totiž mají firmám i veřejným institucím hodně co nabídnout.

**Máte pravdu, že dávat ženám příležitosti se snažíme dlouhodobě a mohu říci, že jsou u nás spokojené, za což jsem opravdu rád. A spokojeni s jejich prací jsme i my. Důkazem toho je, že vykonávají svou funkci již dlouhou dobu.**

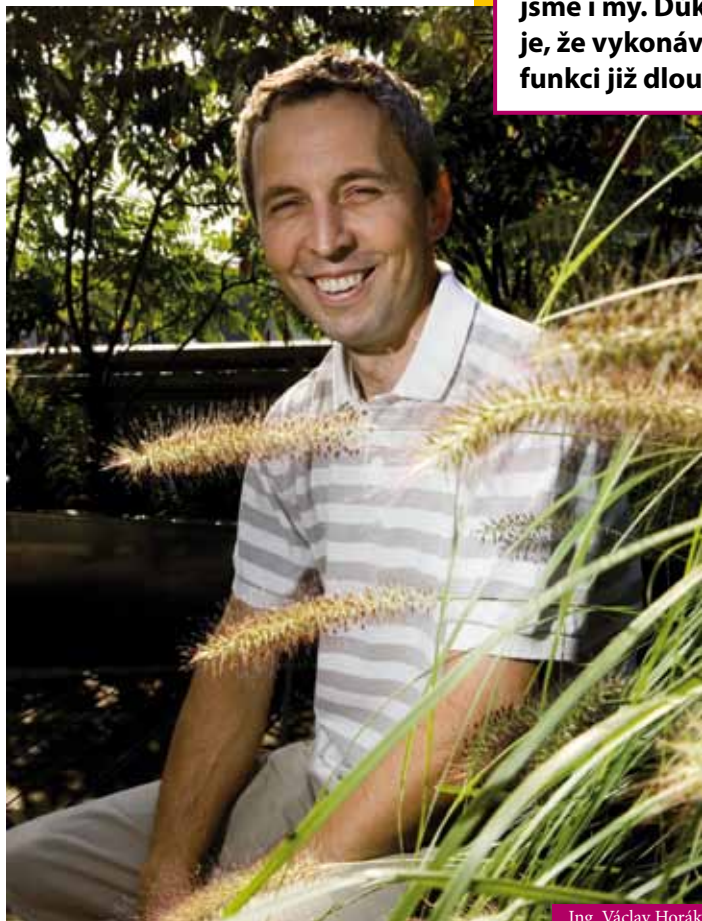
**Přesto je u nás ve vrcholových pozicích firem a institucí méně žen než v některých jiných zemích. Čím to je?**

Do jisté míry asi bývalým režimem, kdy ženy zastávaly vrcholové pozice jen zřídka a tento model podvědomě přejala i spousta dam, které v té době vyrůstaly. Podle mne to tedy není jen otázka neochoty firem, ale také vžitých představ mnohých žen, že pro ně není na vrcholových pozicích místo. Řada z nich už však pochopila, že to tak není a chápat to začali

i zaměstnavatelé. Ačkoli žen ve vrcholových pozicích stále není dostatek, situace se ale značně zlepšila a věřím, že tento trend bude pokračovat i v budoucnu.

**Evropská unie by to chtěla urychlit, ale povinné kvóty asi české prostředí nepřijme s radostí. Dirigovat, kolik žen bude ve vrcholovém managementu, no, nevím, přijde mi to demagogické a nepraktické.**

Otázkou je, jak dlouho by trvalo kvóty skutečně naplnit, neboť požadované pozice jsou již obsazené. O kolik by to bylo rychlejší než trend, který již započal. Na jednu stranu požadavky na kvóty chápu, na druhou stranu chápu i pohled mnohých zaměstnavatelů, kteří si nechtějí nechat diktovat personální politiku. V případě, že se pozice uvolní, proč hledat vysloveně ženu, a ne nevhodnějšího uchazeče, ať už je to žena, nebo muž? Podle mého názoru by kritériem výběru nemělo být pohlaví, ale znalosti, zkušenosti, schopnosti a osobnost daného člověka. A platí to nejen o manažerských pozicích. Pravdou ale je, že v některých oborech se ženy obecně uplatňují lépe než v jiných. Například v personalistice. Není žádným tajemstvím, že ženy mají lepší empatické schopnosti, více trpělivosti a často dokážou lépe pracovat v kolektivu. Naopak když budete shánět skladníka, nevyberete si křehkou ženu, když víte, že na dané pozici je třeba zvedat zboží o hmotnosti desítek kil. A je toto diskriminace? Já myslím, že není. Je to jen logický požadavek. Ale je pravda, že spousta pracovních pozic – a samozřejmě i těch manažerských – může stejně dobře zastat jak muž, tak žena. Někdo říká, že průbojná žena se dokáže uplatnit za každých podmínek, já si myslím, že by se jim měla dávat rovná příležitost.



Ing. Václav Horák

► **Cetelem je společností, kde vždy působilo v manažerských pozicích poměrně velké množství žen. Jak je tomu dnes?**

V současné chvíli jsou manažerské pozice naší firmy obsazeny ze třetiny ženami, stejně tak je tomu v případě top manažerských pozic. Máte pravdu, že dávat ženám příležitosti se snažíme dlouhodobě a mohu říci, že jsou u nás spokojené, za což jsem opravdu rád. A spokojeni s jejich prací jsme i my. Důkazem toho je, že vykonávají svou funkci již dlouhou dobu.

**Proč jste tolik nakloněni něžnému pohlaví? Nestraší vás nemocnost dětí, dovolené o prázdninách, mateřské povinnosti?**

Dovolenou o prázdninách čerpají jak ženy, tak muži. Upřímně řečeno v tom rozdíl nevidím. Pro mě není důležité, zda je žena-manažerka třeba dva týdny doma s nemocným dítětem, ale jaké za sebou nechává pracovní výsledky. Mimochodem neodkladné záležitosti může vyřídit i z domova. Záleží nám na tom, abychom měli správného člověka ve správnou dobu na správném místě. Není důležité, zda se jedná o muže, či ženu.

**Genderové záležitosti jsou v českém prostředí ve firmách přijímány trochu s rozpaky. Ne jako snaha po rovných příležitostech v souvislosti s měřítky na mzdu ženy a muže, ale spíše jako nepříjemný boj, který nemá opodstatnění. Má vůbec smysl mluvit o genderových aktivitách?**

Na jednu stranu chápu ty ženy, které chtějí mít stejné příležitosti jako muži. Na druhou stranu si ale vážím i těch, pro které není kariéra důležitá, které se třeba na plný úvazek věnují rodině. Nelíbí se mi, že se některé ženy začínají stydět za to, že jsou rodinný

**Podle mne to tedy není jen otázka neochoty firem, ale také vžitých představ mnohých žen, že pro ně není na vrcholových pozicích místo.**

typ bez jakékoli touhy po kariéře. Příroda dala ženám roli matek, starajících se o rodinný krb, moderní doba si ale žádá i něco jiného. Nemělo by to být o tom, zda jsem muž, či žena, ale

o tom, že jsem člověk a mám možnost si vybrat, jakým směrem chci svůj život vést, a společnost by to měla respektovat.

**Podle jakých pravidel vybíráte na post středního a vrcholového managementu ženy?**

Podle stejných pravidel, podle jakých si vybíráme muže. Jde především o jejich profesní schopnosti a zkušenosti, umění se prezentovat a jejich vystupování. Samozřejmě v tom hrají roli i jiné faktory. Důležité je ale říci, že si dopředu nestanovujeme, zda přijmeme ženu, či muže. Dopředu samozřejmě ani nevíme, kolik žen se bude o danou pozici ucházet a zda vůbec nějaká.

**Máte určité benefity, jimiž dokážete Cetelem odměnit úspěch manažerky?**

Benefity máme stejné pro všechny zaměstnance, navíc se jim snažíme vyjít vstříc i v závislosti na jejich životní situaci. Například ženám, které nezastávají manažerskou pozici a vrací se do firmy po mateřské dovolené, umožňujeme pracovat na zkrácený úvazek. Manažerky zase mohou do určité míry pracovat z domova.

**Jak se vlastně díváte na profesní kariéru ženy? Imponuje vám, nebo máte raději ženy s klidnějším během života? Nahlížíte na vysoce společensky a podnikatelsky vytížené ženy jako na ty, které zvolily složitější cestu a držíte jim palce?**

Palce držím všem, které dělají to, co považují za důležité a co vlastně dělat chtějí. Ať už z toho kouká, či nekouká hvězdná kariéra.

ptala se Eva Brixl

► pokračování ze strany 3

**Ostatně – máte ve vedení firmy ženy?**

**Určitě je značka CZECH MADE těší a radost dokáží předat dál.**

Je tomu tak. Zda požádáme o značku CZECH MADE, jsme velmi intenzivně diskutovali právě s ženskou částí našeho managementu, u níž se setkal s jednoznačnou podporou. Ostatně, jeden z nejvyšších postů v SOLODOOR – pozici finanční ředitelky – zastává právě žena.

**Podle čeho vybírá žena interiérové dveře? Podle charakteru stavby, účelu, intuíce, barvy, rozvážně, nebo na první pohled?**

Ve většině případů dle našeho názoru rozhoduje stále zejména design. Dveře se zkrátka musí líbit a teprve poté přichází

ta racionální část zkoumající materiály, účel apod. Ačkoliv se to na první pohled nezdá, jsou to právě dveře, které hrají velmi dominantní roli v interiéru a jejich výběr je často velice emotivní záležitostí.

**Vyráběli jste někdy hodně neobvyklé a luxusní dveře k určitému méně obvyklému účelu, než je například uzavření místnosti, objektu?**

Zatím ne. Nejsme zakázkovou výrobou, takže ačkoliv se snažíme maximálním způsobem přiblížit přáním jednotlivých zákazníků, není naší strategií vyrábět neobvyklé dveře „na míru“. To je výrobním programem mnoha malých truhlářů, kteří provozují čistě zakázkovou výrobu.

otázky připravila Eva Brixl

## Zahraniční dovolenou si užije každý třetí Čech

Na dovolenou do zahraničí letos vyrazí zhruba třetina Čechů.



Přibližně stejné procento lidí se rozhodlo pro hotel, penzion či kemp v domovské krajině. Třetina lidí do rekreace neinvestuje, dovolenou stráví doma, na chatě či u příbuzných. Údaje vyplývají z průzkumu mezi klienty společnosti Cetelem. Do zahraničí přitom každoročně vyrazí necelých 13 procent respondentů, třetina strídá zahraniční dovolenou s dovolenou v Česku a téměř polovina si rekreaci pravidelně každý rok nedopřává. Většina lidí v dotazníku uvedla, že nevyužije služeb cestovních kanceláří a agentur, což do jisté míry souvisí s rozhodnutím značné skupiny lidí strávit dovolenou v České republice. Z průzkumu také vyplývá, že více než polovina klientů Cetelemu doposud nefinancovala dovolenou úvěrem. Naopak pravidelně úvěrem financuje dovolenou jen necelé procento respondentů. Letos si na dovolenou našetřilo více než 85 % oslovených. „V rámci dlouhodobé strategie zodpovědného úvěrování se snažíme klienty upozorňovat, aby pečlivě zvažovali účel své půjčky a z něj vyplývající užitek,“ řekl Radoslaw Kuczynski, ředitel Obchodní divize společnosti Cetelem ČR, a.s. Co se týče výše investovaných financí do dovolené, zhruba třetina respondentů uvedla, že hodlá za dovolenou utratit maximálně 5000 Kč za dospělé osobu. V porovnání s loňským rokem přesto plánuje většina oslovených lidí investovat do dovolené více než loni, kdy bylo 5000 Kč stropem pro téměř polovinu z nich. Oproti loňskému roku se také zdvojnásobil počet lidí, kteří se rozhodli za dovolenou utratit 15 až 20 000 korun za dospělé osobu. Součástí průzkumu byla také otázka, jak příchod potomka do rodiny změnil zvyky ohledně dovolené. Třetina lidí majících děti uvedla, že na dovolenou jezdí méně často a za dospělé osobu utratí méně, než kdyby děti neměli. Téměř 29 % respondentů naopak uvedlo, že se jejich návyky týkající se rekreace s příchodem dětí do rodiny nijak nezměnily. Čtvrtina oslovených klientů utrací za dovolenou méně a zhruba 13 % nejedí na dovolenou tak často jako dříve.

(tz)

# Energie se zdravou nadějí

**Jsou okamžiky, kdy člověk neví, co dál. Trápí ho nemoc, její následky, nedostatek sil, věčné otázky o všem a o ničem. Léčí se běžným způsobem, ale takřka marně. Přesto věří, že se stane zázrak. Pokud mu jde alespoň trochu naproti, je to možné. Řadu zajímavých výsledků má ve své praxi Mgr. Alena Knapová, majitelka ČCHI CLINIC, rehabilitačního a relaxačního zařízení v Mnichovicích nedaleko Prahy.**

Zhruba před rokem bylo otevřeno, první reference brzy přišly. Pomocí prvků Staré čínské Image Medicine se snaží obnovit a udržet zdraví klientů. Jde o první takové pracoviště v České republice, které metodu Image Medicine využívá. O své profesní dráze již Alena Knapová:

## Co si můžeme pod pojmem Image Medicine vlastně představit?

Pojem „Image Medicine“ (IM) můžeme do češtiny převést jako „lечение pomocí mentálních obrazů“, tj. obrazů záměrně vyvolaných myšlenkovou představou. Jedná se o jeden ze směrů celostní lékařské vědy s kořeny ve Staré čínské medicíně a v čínských cvičeních (ZYQ). IM používá vliv určitých druhů obrazů na různé části těla a jeho orgány. IM zkoumá a vysvětluje, jak používat mentální obrazy pro nápravu a regulaci funkcí celého organismu. Ten podle této tradice zahrnuje tři různé aspekty: fyzické tělo, jeho energetický systém a informační systém. IM umožňuje lépe pochopit, jak a na jakých principech organismus funguje, i samu podstatu života. Vychází z teze, že podstatou všeho kolem je určitý obraz. Obrazy uvnitř naší mysli si sami vytváříme nebo je přijímáme zvenčí z okolí. V každém případě jsou obrazy podstatnou součástí našeho bytí a způsobem. Jejich pomocí můžeme uchopit, vytvářet a přetvářet realitu. Každá naše vize a každý náš životní plán je v zásadě obraz. Pokud ho nabijeme energií silného záměru, tak se stává nástrojem tvorby naší budoucí reality. Čím důsledněji sledujeme náš cíl nebo obraz, tím větší existuje naděje, že ho dosáhneme. Pomocí obrazů tedy můžeme ovlivňovat nejen život, ale samozřejmě také zdraví. Na tomto principu je založena stará a moudrá léčebná metoda „Image Medicine“.

## To tedy znamená...

Při konkrétní aplikaci této metody se používají žádoucí mentální obrazy vytvořené terapeutem, které odpovídají stavu zdraví a dokonalé funkčnosti lidského organismu a jeho součástí. Jsou to v podstatě energeticko-informační vzorce, které se aplikují na postižená místa, kde přepisují či přeprogramovávají poškozené sekvence

instrukcí. To pak ovlivní organismus na všech úrovních jeho existence. Úkolem terapeuta je, aby dobře znal sady „správných instrukcí“

(tedy žádoucí obrazy), kterými nahrazuje chybové, nevhodné kódované programy zdraví škodlivé (nežádoucí obrazy). To vyžaduje náročné a dlouhodobé studium IM a příslušnou certifikaci.

Terapeut tedy odstraní deformované programy z těla klienta a nahradí je programy plného zdraví. Zde pak nastupuje vlastní práce klienta na sobě. Je důležité, zda je klient ochoten a schopen vytvořit vhodné podmínky pro to, aby se v něm tyto nové programy ujaly. Toho se obvykle dosahuje změnou nevhodného životního stylu, osvojením si žádoucích stravovacích návyků, cvičeními, duševní hygienou a vírou v úspěch. Tím úspěchem je dosažení cílového obrazu plného a trvalého zdraví.

## Pokud jsem to správně pochopila, mění se nesprávné obrazy na ty správné, člověk se uzdravuje.

Ano, mění se polarizace celého organismu. Zní to možná zvláště, ale jen pro ty, kteří neznají principy tzv. celostního systému léčby. To, co je nepoznané, vždy zavání tajemnem. Ve skutečnosti tento způsob působení na nemocného je vystavěn na principech utajovaného umění těch, kteří pečovali o zdraví čínských císařů. Tito odborníci

předávali své vědomosti a zkušenosti jen uzavřenému okruhu následovníků. Jejich umění bylo v současnosti poodhaleno prostřednictvím žijícího potomka prof. Xu Ming-tchanga několika vyvoleným studentům světa. U něj jsem měla to štěstí studovat i já.

## To se zdá jako hodně záhadné...

Pro většinu lidí asi ano. Ale abyste rozuměla – nedávám za pravdu jen sama sobě, ale spolupracuji s lékaři, konzultuji, doporučuji. To tehdy, když potřebuji diagnózu potvrdit takřkajíc z druhé strany, třeba pomocí běžně v medicíně využívaných přístrojů apod. Ne každý lékař je však ochoten naslouchat, ale pokud ho můj postup zaujme, jde o velmi užitečnou spolupráci. ▶



Mgr. Alena Knapová s pacientkou





### ► Kde jste Image Medicine studovala?

V Pekingu na Kundawell Medicine Institute v roce 2009. Přivezla jsem do Čech skutečně léčebné know-how, postupy, které byly dříve určeny opravdu jen vyvoleným. Existují jen dvě místa, kde lze tuto metodu vystudovat – kromě Pekingu také v USA v Seattlu, kde čínský mistr založil Kundawell Institute of Amerika. Nejde také jen o jednorázové studium, ale celoživotní. Na květen a červen letošního roku bylo vybráno 20 terapeutů z celého světa, aby se v Pekingu zúčastnili studijního pobytu ke zvýšení kvalifikace. Vážím si toho, že jsem mohla být mezi nimi.

### Naznačíte, jak stáž tentokrát probíhala?

Byly to zejména osobní konzultace a praktika s pacienty pod vedením prof. Xu Mingtanga, zejména způsoby léčby nemocí trávicího systému, srdce a cévního systému, nervového systému, alergie, onkologických onemocnění a onemocnění plic a astmatu. Na závěr jsme museli složit ústní i písemnou zkoušku z teorie i praxe léčby pomocí Image Medicine.



Řadu bylinek, čajů a rozmanitých přípravků podporujících zdraví si mohou zájemci koupit přímo v Mnichovicích

### Co když vám neuvěřím?

Výsledky jsou nejlepší referencí. Mýma rukama prošlo téměř 900 klientů. Dosahují výborných změn zejména u chronických onemocnění. Například léčba následků mozkové příhody, neplodnost žen, únavový syndrom, nemoci trávicího traktu a astma. Na základě těchto výsledků se naše pracoviště Čchi Clinic stalo jako jediné v Evropě pobočkou čínské kliniky Kundawell Medicine Institute v Pekingu. Zní to trochu jako pohádka pro dospělé, ale mne osobně to naplňuje a jsem rozhodnuta jít dál, rozvíjet vše, co jsem se naučila. Máte-li zdravotní problémy, například z přepracovanosti, žijete-li ve velkém stresu, přijedte a vyzkoušejte si to u nás sama.



V Číně na studiu...

### O lidském organismu i prohrěšcích civilizace toho víte hodně. Ráda byste ostatní chtěla vést k tomu, aby předcházeli zdravotním problémům. Co chystáte?

Od srpna zahajujeme v Mnichovicích tzv. Cvičení pro zdraví a od konce září v Praze Cvičení pro seniory. To pod hlavičkou Čchi Institutu, který bude vyvíjet své aktivity společně s Čchi Clinic ku podpoře vlastních léčebných metod Image therapy. Vše je a bude zaměřeno k obnově a udržení zdraví.

### Hledáte příčinu problému, zabýváte se psychikou pacienta...

První je tzv. diagnostika – popovídat si s klientem je důležitější, než si myslíte. Komunikace se při léčení dnes hodně zanedbává, je to velká škoda. Klientům dobré slovo chybí, já na tom naopak stavím. Získám obraz o jeho strádání, jeho chorobě, o jeho problému. Pak mohu pomoci. Mnoho nemocí je o energetické nerovnováze, západní medicína to pojmenovala jako chronická onemocnění. Takovými se stávají proto, že se včas neodstranila jejich příčina.

### Jak to vlastně tedy všechno je?

Image Medicine dokáže zmíněné potíže ovlivnit. Umí pomoci, když se snižuje funkce orgánů, oživit krevní oběh, Čchi léčí změnou energie. To je prapodstata. Snažím se lidem pomáhat na základě toho, že rozpoznám,

jak to u nich s energií je. Umím ji dodat ve správný okamžik do správného bodu.

### Provozujete své služby v komplexu v Mnichovicích, který je svým způsobem unikátní, a nejen v regionu Praha-východ. Klienti se zde mohou zároveň na pár dní ubytovat...

Je to tak. Nabízíme plnohodnotný komfort, ten, kdo je z daleka a potřebuje terapii absolvovat v kuse nebo jí vyčlenit více dnů najednou, má možnost v nově vybavených pokojích zůstat, odpočívat, relaxovat a využít další služby Čchi Clinic.

### Proč jste se začala zabývat právě starou čínskou medicínou?

Na základě osobní bolestné ztráty jsem hledala pomoc jinde než v klasické medicíně. Našla jsem a poznala, jaké možnosti skýtá. Bylo mi líto, že se v praxi vyskytuje tak zřídka a rozhodla jsem se ji využívat a lidem pomáhat.

připravila Eva Brixi



...a na nedávné tiskové konferenci

# O zdraví se musíme starat

**Životní návyky, ať dobré, nebo špatné, mívajíc tuhý kořínek. V čem jsme byli vychováni, to považujeme za správné a normální, nové poznatky a nároky zejména s vyšším věkem neradi přijímáme a podvolujeme se jim. Když naše společnost prošla před bezmála 23 lety významnou změnou, dotkla se každého z nás. Přesto jsme si dosud úplně nezvykli, že místo pečovatelského státu se o sebe musíme postarat především sami.**

Mám teď na mysli ochranu zdraví, kterou rádi svěřujeme specializovaným institucím v dobré víře, že tak činíme správně. Avšak zodpovědnosti za vlastní osud, za dobrou zdravotní kondici i psychickou pohodu, bychom se nikdy zbavovat neměli. O těchto a dalších věcech jsme si povídali s náměstkyní ředitele Všeobecné zdravotní pojišťovny Ing. Miloslavou Šlajsovou.

**Proč byste doporučila veřejnosti volit největší zdravotní pojišťovnu? V čem spočívá její náskok před konkurencí?**

Naše pojišťovna umí zajistit a uhradit všem svým klientům veškeré spektrum zdravotní péče, od té nejjednodušší, a tedy méně nákladné, až po tu nejnáročnější, superspecializovanou, a tedy i nejdražší. Jsme stabilní, máme nejširší síť klientských pracovišť, jsme tudíž stále nablízku našim klientům. A to není reklamní slogan, to je skutečnost a byla bych velice ráda, kdyby stávající či budoucí naši klienti o tom ani na chvíli nepochybovali.

**Jak by měla vypadat výchova v rodině a ve škole s ohledem na zdravý a bezpečný životní styl? Vidíte z tohoto hlediska zásadní rozdíly už u menších dětí a školáků?**

Samozřejmě už od dětských let bychom měli našim potomkům vštěpovat zásady zdravého životního stylu, ale např. i prevence úrazů, a to jak v domácím prostředí, tak samozřejmě ve školách, školkách, venku... Ale pozor na extrémní! Dnes se můžeme setkávat v rodinách jak s přehnanou péčí, tak i s naprostým ignorancím. Zkrátka stále platí „zlatá střední cesta“. VZP každoročně připravuje právě ve školách a školkách akce, které jsou zaměřené na propagaci zdravé výživy, zdravého stravování, péči o chrup a zdravé zoubky, obecně pak sportovní aktivity vedoucí právě ke zdravému životnímu stylu. Významné jsou rovněž naše aktivity směřující k prevenci dětských úrazů jak v domácím prostředí, tak při sportování či zvládnutí problematiky dopravy při jízdě na kole. Do těchto akcí se snažíme vtáhnout rodiče i učitele.

**Kdo všechno může vytvářet a formovat povědomí o správné životosprávě a kde**

**I když se cítíme zdraví, neměli bychom zapomínat na preventivní prohlídky, které mohou odhalit závažná onemocnění ve stadiu, kdy jsou dobře léčitelná. Proto doporučuji seznámit se na webových stránkách VZP ČR s harmonogramem péče, na jaké bezplatné preventivní prohlídky máme nárok.**

**vidíte největší rezervy? Mluví se o tom, že dřívější preventivní prohlídky dětí a mládeže už dnes nemají odpovídající pokračování. Nebo to je jen mylný dojem?**

Samozřejmě největší vliv na formování správných životních postojů a návyků má rodina, až na druhém místě vidím školská zařízení a obecně společnost. Proto máme pro své klienty – pojištěnce např. program Zdravá rodina. Samozřejmě, že v minulosti byl systém preventivních prohlídek organizován jinak, než je tomu dnes. V případě dětí a mládeže preventivní prohlídky zajišťovaly školy, tedy stát. Stát byl ten, kdo za nás a naše děti řídil a organizoval péči o zdraví. Dnes je to jinak, zodpovědnost za své zdraví a zdraví svých dětí má každý jedinec a rodič sám. Každý sám musí vědět, že preventivní prohlídky, zdravý životní styl a péče o vlastní zdraví je v jeho rukou. A tady vidím slabý článek, řada lidí to ještě nepochopila, resp. neumí se o své zdraví starat.

**Zdravotní pojišťovny patří k těm institucím, které musí mít největší zájem na zdraví lidí a snižování nemocnosti a počtu úrazů. Co tvoří kostru a svaly preventivního systému VZP a jak je to životaschopný a efektivní organizmus?**

Prevence je nedílnou součástí péče o zdraví. I když se cítíme zdraví, neměli bychom zapomínat na preventivní prohlídky, které mohou odhalit závažná onemocnění ve stadiu, kdy jsou dobře léčitelná. Proto doporučuji seznámit se na webových stránkách VZP ČR s harmonogramem péče, na jaké bezplatné preventivní prohlídky



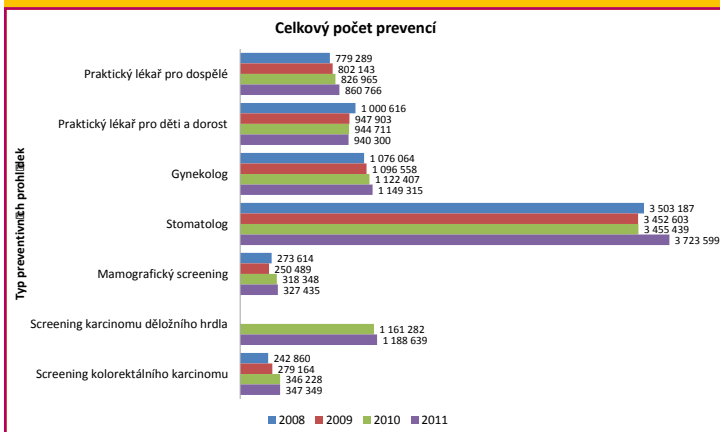
Ing. Miloslava Šlajsová

máme nárok. Zákonnou normou, která tuto oblast zdravotní péče upravuje, je vyhláška č. 70/2012 Sb., o preventivních prohlídkách. VZP v letošním roce vyhlásila program Zdravý život, kdy jsou klienti bonifikováni za to, že se chovají zodpovědně ke svému zdraví a chodí na preventivní prohlídky. Nasbírané body pak mohou vyměnit za finanční příspěvek třeba na očkování nebo volnočasové aktivity. Stále platí, že je lepší nemocem předcházet, než je složitě a draze léčit. Proto VZP hraje celou řadu preventivních prohlídek, které upravuje výše zmíněná vyhláška, ale já bych ráda zmínila dnes často skloňované a velmi důležité komplexní screeningové programy pro prevenci nádorových onemocnění. V ČR existují tři organizované programy screeningu zhoubných nádorů – screening nádorů prsu prostřednictvím mamografie, screening nádorů tlustého střeva a konečníku prostřednictvím testu na okultní krvácení do stolice nebo screeningové kolonoskopie a screening nádorů děložního hrdla prostřednictvím cytologického vyšetření stěru z děložního hrdla. Tyto programy jsou ▶

► založeny na rozsáhlých vědeckých důkazech, probíhají na doporučení Rady EU a jsou také v ČR legislativně ošetřeny, včetně akreditace pracovišť, která se na nich podílejí. Zastavila bych se více u karcinomu konečnicku a tlustého střeva, kde s ohledem na vysokou incidenci v naší populaci je od roku 2009 rozšířena možnost preventivních vyšetření nejen do ordinací praktických lékařů, ale také do ordinací gynekologů, kde VZP umožňuje vykazání testu i pro muže, pokud žena test do ordinace přinese. Výkony jsou součástí preventivní prohlídky a v rizikovém věku 50–55 let mohou být prováděny každoročně. Další možností je screeningová kolonoskopie. Všechny tyto výkony jsou plně hrazeny z veřejného zdravotního pojištění. Hlavním problémem je postoj lidí, kteří stále význam prevence podceňují a tady je úkol pro všechny – pro lékaře, zdravotní pojišťovny, pro média...

**Nemocnost a náklady na léčení se liší nejen generačně, ale i regionálně. Kdo patří k premiantům a kde mají co dohánět? Jsou i v současnosti patrné zdravotní následky v krajích s vysokou emisní zátěží, třeba tam, kde se dřív platilo tzv. „úmrtné“?**

Pravidelně si provádíme analýzu nákladovosti na naše pojištěnce v jednotlivých regionech, kdy je třeba přihlížet ke konkrétním vlivům. Jedním z nich je samozřejmě emisní zátěž z minulosti, průměrný věk našich pojištěnců či kapacita lékařů na obyvatele v daném regionu a další. Dlouhodobě evidujeme nejvyšší náklady na pojištěnce v kraji Moravskoslezském, Olomouckém a v Praze. V Praze je to ovlivněno zejména koncentrací superspecializované péče. V letošním roce jsme provedli poměrně rozsáhlou analýzu sítě poskytovatelů zdravotních služeb, analýzu počtu nasmlouvaných lůžek a objemu nasmlouvané kapacity lékařů v těchto třech krajích oproti ostatním krajům v ČR. Současně jsme sledovali produkci vlastní i vyžádanou včetně preskripcí v ambulantních zdravotnických zařízeních, která byla porovnávána podle krajů, okresů a jednotlivých zdravotnických zařízení. Poslední část analýzy obsahuje vývoj základních finančních informací o jednotlivých nemocnicích.

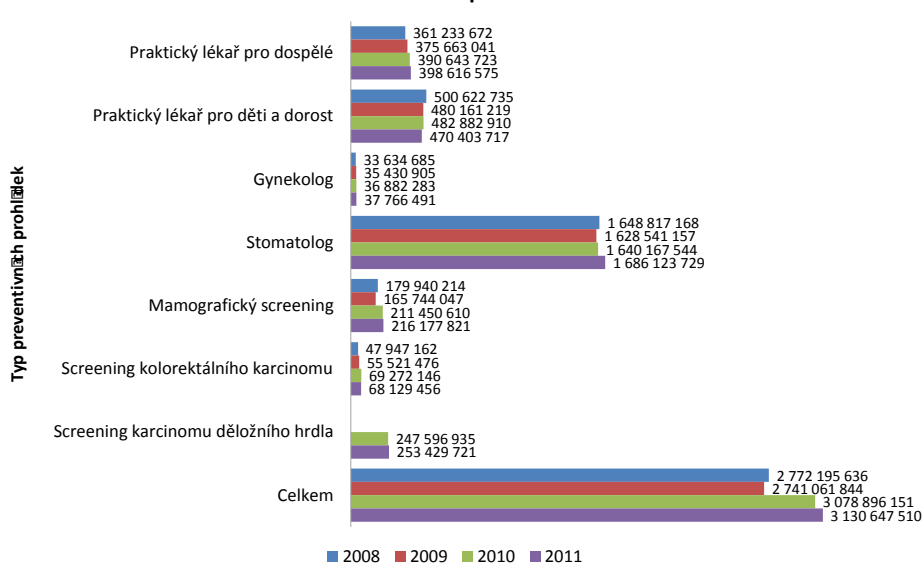


Z výsledků vyplynulo několik zajímavých výstupů. Např. že podle dat k 31. 12. 2010 byli pojištěnci VZP v průměru o 6 % starší oproti průměrnému věku všech pojištěnců ČR, a že v Moravskoslezském kraji je pak průměrný věk našich pojištěnců vyšší o 15 % oproti průměrnému věku všech pojištěnců ČR. Současně průměrný věk pojištěnců VZP v Moravskoslezském kraji je vyšší oproti průměrnému věku všech pojištěnců VZP o 7,5 %. Právě tyto 3 kraje jsou i na prvních třech místech, co se týče množství kapacity lékařů na obyvatele daného kraje. Zjistili jsme, že výše dostupnosti péče je nejvyšší právě v Moravskoslezském kraji (dále i v kraji Olomouckém, v Praze). Takže jestli jste čekal, že nejvyšší náklady na jednoho našeho pojištěnce budou např. v Ústeckém kraji, není tomu tak.

**O lékařích se veřejnost dozvídá zvláště tehdy, když obhajují své finanční požadavky. Jak ale dokážete prosadit vůči nim vaše požadavky na poskytování zdravotní péče a jakou známku byste úrovni jejich práce ohodnotila?**

Myslím, že naši pojištěnci a občané obecně jsou v tomto velice dobře orientovaní, rozhodně si neutváří svůj názor na lékaře podle toho, jak je občas prezentují média či jak se oni sami mnohdy nešťastně prezentují – viz akce „Děkujeme, odcházíme“. Nástrojem VZP k prosazování požadavků na kvalitní zdravotní péči (nově dnes zdravotní služby) je samozřejmě vyvážená a cílevědomá smluvní politika. A jakou známku bych ohodnotila úroveň práce našich lékařů? To je stejné,

Cena v Kč za prevence



jako kdybyste se ptal učitelky matematiky, jakou známku by dala celé třídě. Obecně si myslím, že naši lékaři jsou na vysoké odborné úrovni, srovnatelné s vyspělým zahraničím. Jen občas se některým stává, že zapominají na to, že tím nejdůležitějším objektem jejich konání a zájmu je pacient, nikoliv produkce, výdělek. Naštěstí jsou to ale ojedinělé případy.

**Zdá se mi poslední dobou, že my, Češi, jsme přehnaně negativní, pesimističtí, takoví stále s něčím nespokojení, a přitom k tomu povětšinou není důvod.**

**Podporujete také vyvážený vztah lékařů a pojištěnců, aby příjemci zdravotní péče nebyli zcela v moci odborníků? A co když lidé požadují alternativní léčebné postupy, např. holistický přístup, homeopatie apod.?**

Znovu musím zopakovat, že dnešní pacienti jsou velice vzdělaní. Zvláště pak ti, kteří si před i po návštěvě lékaře svoji diagnózu, preskripci atd. ověřují na internetu. Zkuste se zeptat lékařů, co si myslí o pacientech „vzdělaných“ v medicíně přes internet. Dnes má pacient svobodnou volbu, pro jakou léčbu se rozhodnout, zda zvolí klasickou medicínu, či alternativní postupy. V tomto mu nemůže zabránit zdravotní pojišťovna a mnohdy ani lékař. Měl by ale rozhodovat zdravý rozum. Vše samozřejmě závisí i na kvalitní komunikaci mezi lékařem, pacientem a i zdravotní pojišťovnou.

**Z toho, co jste řekla, plyne, že osvěta v práci VZP hraje velmi důležitou úlohu. A jakou její podobu preferujete v dnešní době plné spěchu, on-line médií a sociálních sítí? Zdravotnická osvěta spolu s prevencí má velice významné místo. V 21. století mají**

► média rozhodně významnou roli, internet nevyjímaje. Přesto si občas myslím, že lidé nemají dostatek informací – těch správných, např. o nákladech na zdravotní péči, kolik skutečně stojí jednotlivé zdravotní výkony, od těch jednoduchých, jako je např. kontrola krku až po nákladnou centrovou péči (vysoce specializovaná zdravotní péče koncentrovaná do vybraných zdravotnických zařízení). Kdyby to bylo v mých silách, na billboardy bych napsala informace typu: kolik stojí výměna kyčelního nebo kolenního kloubu, kolik stojí kardiologický zákrok, kolik stojí operace žlučníku, ošetření zlomeniny atd. Tím bych chtěla motivovat lidi k tomu, aby více střežili své zdraví, mysleli na prevenci, protože nic není zadarmo.

**Ve společnosti nelze přehlédnout nespokojenost a obavy existenčního charakteru. Setkáváte se s důsledky dlouhodobého negativního naladění u pacientů v lékařských ordinacích nebo na odborných psychiatrických pracovištích?**

Zdá se mi poslední dobou, že my, Češi, jsme přehnaně negativní, pesimističtí, taková stále s něčím nespokojení, a přitom k tomu povětšinou není důvod. Naše zdravotnictví je na velice dobré úrovni, jen si to občas naši lidé neuvědomují a podléhají různým negativním vlivům. V této chvíli se sluší citovat Jana Wericha, který jednou řekl, že „člověk občas potřebuje, aby ho osud chytil za límec a vyhodil na mráz, aby si uvědomil, jak mu předtím nic nescházelo“.

**Vedoucí pracovníci, k nimž patříte i vy, musí zvládat notnou dávku stresu. Našla jste recept, jak se odreagovat a být druhý den v práci zase v dobré kondici?**

**Co vám nejvíc pomáhá a dělá radost?**  
Nejvíce mi pomáhá dobrá kniha, mám několik oblíbených titulů, které mohu kdykoliv otevřít na kterémkoliv stránce a číst. Egyptan Sinuhet, Saturnin, Ustláno na růžích od Jindřišky Smetanové a Fimfárum Jana Wericha. Střídám je dle momentálního rozpoložení. Vysloveným receptem na likvidaci stresu a na to, jak se vyhnout problémům, jsou pak pro mne knihy od Esther a Jerryho Hicksových, jako např. Zákon přitažlivosti, Klíč ke všem vztahům, Co dělat, když se nedaří – všele doporučuji. Snažím se trochu sportovat, miluji sjezdové lyžování, nordic walking a jízdu na kole, všechny tyto aktivity mi pomáhají „vyčistit si hlavu“. A opravdu hodně důležité je dobré rodinné zázemí, za což patří velký dík hlavně mému muži.

připravil Pavel Kačer

## První internetová kavárna na kolejích

RegioJet nasadil od 25. července na spojích IC 1015 (Praha 17.33 – Havířov 21.25) a IC 1002 (Havířov 5.16 – Praha 9.31) nově vozy Internet Café s nabídkou služeb internetové kavárny pro cestující vlaků IC RegioJet.

Dále tak posílil nabídku palubních služeb a současně i kapacitu vlaků. Ty jsou i nyní v létě z velké míry vyprodány – cestující využívají masivně slev například pro studenty do 26 let. Souprava vlaku IC 1015 tak bude standardně jezdit sedmivozová – doplněná právě o vůz Internet Café.

„Zatímco jiní dlouhou dobu připravují a různě slibují Wi-Fi na palubách svých spojů, my jdeme opět dál. Poté, co se bezplatné připojení k internetu stalo standardem služeb ve vlacích IC RegioJet, a výrazně jsme je technologicky posílili, jde RegioJet opět dál. Dáváme do provozu první internetovou kavárnu na kolejích – ideální místo pro práci či studium včetně toho, že zde nabídneme i možnost využít instalovaného počítače s tiskárnou,“ řekl Radim Jančura, majitel RegioJet a skupiny Student Agency.

Vozy Internet Café umožní například manažerům či obchodním cestujícím 3 hodiny práce a příprav na jednání při služební cestě z Ostravska do Prahy, a to na pevném pracovním stole s připojením k internetu zdarma. K tomu si bude moci dopřát občerstvení z palubního menu RegioJet – kávu a mátový čaj zdarma

a další občerstvení z nabídky RegioJet. Samozřejmostí je také nabídka denního tisku – a to jak z donáškou od stevardů, tak ve stojanech k samoobslužnému odběru.

Zákazníci budou moci ve voze Internet Café využít následující služby:

- Velkoprostorový oddíl internetové kavárny se zesíleným signálem WIFI a 22 místy k sezení u pracovních stolků s přípojkou 230 V.
- Jedno pracovní místo u instalovaného počítače s přístupem na internet zdarma a tiskárnou
- Další kancelářské vybavení – televizní obrazovka, flipchart
- Ve voze je samostatná barová kuchyňka s obsluhou během cesty

Kromě velkoprostorového oddílu vůz nabízí uzavřené oddíly (business class) se 4 místy k sezení na celokožených sedačkách (celkem 16 míst). Ve voze je k dispozici plný rozsah služeb dle standardu IC RegioJet, cena je stejná jako při přepravě v dalších vozech – včetně možnosti uplatnění veškerých slev. Vůz Internet Café je si možné pronajmout jako zvláštní vůz pro jednání, setkání či oslavu během cesty. V případě zájmu o tento pronájem je třeba kontaktovat obchodní oddělení RegioJet na e-mailové adrese: [prodej@regiojet.cz](mailto:prodej@regiojet.cz). (tz)

## Den česko-slovenských podnikatelek a manažerek



Na 14. až 15. září v Brně naplánovalo Občanské sdružení TOP CENTRUM PODNIKATELEK Den česko-slovenských podnikatelek a manažerek. Setkání bude probíhat v pracovním duchu – představena bude vize TOP Centra podnikatelek, ponejvíce se bude hovořit o podnikání žen. Na programu jsou naplánované informace o tom, jak vést studentky k podnikání již ve škole, jaká je podpora začínajících podnikatelek v Jihomoravském kraji či o genderové problematice. Témata Žena mezi rodinou a profesí a Žena v politice nejsou nová, ale stále živá. Žena mezi muži a Váno a žena budou náplní dalších příspěvků. Také blok Podnikání žen očima mužů dává tušit, že půjde o názory zajímavé i citlivé. Zkušenosti z businessu shrnuté do celku s názvem Co už máme za sebou budou tvořit závěr dvou denní akce. [www.podnikatelka-tcp.cz](http://www.podnikatelka-tcp.cz) (rix)



DOBŘÍ  
JISTOTY

coop

Vyzkoušejte:

RANKO - Acidofilní mléko

# Aby nás nohy nebolely



**Napadlo vás někdy vybírat obuv i podle jiných parametrů, než jsou ty módní, případně cenové? Jistě, boty kupujeme podle účelu a samozřejmě i v závislosti na našem vkusu. Co však mnoho lidí opomíjí, je zdravotní stránka věci. Lodičky na dvacetimetrových podpatcích sice vykouzlí sexy dlouhé nohy, ale jejich časté nošení naše pohybová soustava rozhodně neocení.**

A jestli máte pocit, že balerínkami to spravíte, tak jste na omylu. Nechte si poradit od lékařky MUDr. Michaely Tomanové z Rehabilitačního ústavu Brandýs nad Orlicí i Věry Husarovičové, odbornice na zdravou obuv ze Zdravého obouvání OC Park Hostivař a vyrazte na nákupy vybavení citem i rozumem. Letní měsíce jsou sice jako stvořeny k předvedení bot všech barev a tvarů, v nichž tak pěkně vaše nohy vyniknou, ale... Ne každý módní kousek

je pro ně ideální. Například podpatky vyšší než 3-4 cm již vašemu zdraví neprospívají. A nejsou to jen nohy, které nevhodnou obuví trpí. „Kromě přetěžování přední části nohy, kam se kvůli podpatku přenáší váha těla a dochází tak k ohýbání prstů, je rovněž namáhána páteř, a dokonce se mění těžiště celého trupu,“ vysvětlila MUDr. Michaela Tomanová, která se ve své lékařské praxi v Rehabilitačním ústavu Brandýs nad Orlicí zabývá zejména problémy se zády. K bolestem krční páteře se často přidává i hlava a není třeba doplňovat, že pokud obuv na příliš vysokém podpatku nosí ženy často, prsty na nohou zůstanou trvale deformované, jedná se o tzv. kladívkové prsty. Chůze na vysokých podpatcích rovněž neúměrně namáhá kolenní klouby, což se bohužel týká i bot na vysokém klínu. Pokud jste získali dojem, že balerínky jsou na dlouhé vycházky ideální, nenechte se mýlit. „Balerínky jsou velmi oblíbenou jarní a letní obuví, a pokud si v nich vyrazíte na nákupy, nic se neděje. Placatá bota je však pro dlouhodobé nošení hotové neštěstí, které se projeví zejména na vaší klenbě,“ upozornila Věra Husarovičová z prodejny Zdravé obouvání OC Park Hostivař a podotkla, že než placka už je pro nohy lepší pěticentimetrový podpatek. Určitou variantou tak mohou být zdravotní vložky, které seženete ve specializovaných prodejnách. Další oblíbenou letní obuví jsou tzv. žabky, které však odbornice na zdravé

obouvání doporučuje maximálně k bazénu, na pláž či do sprchy na veřejných koupalištích, kde vás naopak mohou ochránit před nepříjemnou mykózou. Na dlouhé túry jsou však absolutně nevhodné, kromě toho, že nezajišťují stabilitu nohy, rovněž přetěžují podélné svaly na chodidle. Kvalitní obuv, ať už se jedná o letní sandál, či sněhuli, by měla splňovat několik základních vlastností. Obecně bota musí zajišťovat správné obutí nohy, musí pomáhat při stoje a chůzi, podporovat nožní klenbu a udržovat patu ve správném postavení. „Nezbytností je správně modelovaná stélka, která je různě tvarována pro podporu klenby i pohodlnou chůzi. Podrážka neboli podešev je zase ochranným prvkem, který brání nohu před vnějšími vlivy, jako je vlhkost apod., ale současně udržuje kontakt chodidla s podložím,“ podotkla Věra Husarovičová z prodejny Zdravé obouvání OC Park Hostivař. Již zmiňovaný podpatek by měl být přiměřeně vysoký, odpovídat tvaru a účelu obuvi. Neznamená to, že se v obavách o svá chodidla musíme nadobro vzdát vyšších podpatků. Vždy je však lepší volit tu nevhodnější variantu a rozhodně netrávit na desetimetrových podpatcích celý den. Ty jsou skutečně jen pro zvláštní příležitosti. Důležité je to, aby byla noha v přirozené poloze, aby byla dostatečně chráněna, což zajišťuje i vhodný, zdravotně nezávadný materiál, ideální je přírodní kůže. Vyvarujte se umělých a neprodyšných hmot, které neumožňují dýchání chodidla. (tz)

## Stále více českých firem se zajímá o elektromobily

Tuzemská pobočka předního světového dodavatele kabeláží pro energetický průmysl, firma nkt cables s.r.o., rozšířila svůj autopark o elektromobil Peugeot iOn. Vůz jí dodala společnost LeasePlan Česká republika, která spravuje její automobilovou flotilu. Hlavním cílem projektu společnosti nkt cables, Peugeot Česká republika a ČEZ je prověřit, nakolik je elektromobil využitelný coby přirozená součást vozového parku. Elektromobil bude provozován prostřednictvím operativního leasingu stejně jako zbývající vozidla ve flotile – nkt cables si ho od společnosti LeasePlan pronajala na tři roky. Během kontraktu budou zainteresované firmy pečlivě analyzovat především reálné náklady na provoz elektromobilu, ale i jeho funkčnost v praktickém firemním životě. LeasePlan, který je světovou i domácí jedničkou operativního leasingu automobilů, je propagátorem ekologického koncipování firemních autoparků. V rámci svého globálního projektu GreenPlan motivuje své klienty k takovým řešením, která vedou k redukci škodlivých emisí produkovaných jejich flotilami. Jednou z cest je využívání vozidel s alternativními pohony, tedy i elektromobilů. Zájem o ně roste především na nejrozvinutějších trzích. V České republice jsou vozy poháněné výlučně elektrickou energií výjimkou, i tady se ale situace pomalu mění. Elektromobil nkt cables je v posledních měsících už třetím,

kteří LeasePlan pro své firemní zákazníky objednal. „Ekologický přístup k budování flotil pozorujeme u stále většího počtu klientů. Obvykle jde o zákazníky, kteří jsou při strukturování autoparku velmi aktivní a zajímají se o nejnovější možnosti. Právě to je příklad nkt cables,“ řekl obchodní ředitel společnosti LeasePlan Česká republika Milan Ptáčník. Sám LeasePlan před časem zakoupil do vlastní flotily elektromobil Citroën Zero, který mimo jiné slouží i jako testovací vozidlo pro zájemce o elektrické automobily z řad klientů firmy. Firma nkt cables patří mezi významné a dlouhodobé zákazníky společnosti LeasePlan v České republice. První kontrakt LeasePlan uzavřel ještě s předchůdcem nkt cables – společností KABLO Kladno. Posledním významným mezníkem ve spolupráci obou společností byl rok 2010, kdy LeasePlan převzal do své správy i vozidla dvou regionálních poboček klienta:

firm nkt cables Vrchlabí a nkt cables Velké Meziříčí. V rámci smlouvy o operativním leasingu LeasePlan pravidelně obměňuje vozový park nkt cables a zároveň zajišťuje komplex služeb, které souvisejí s jeho provozem.



Technické parametry elektromobilu Peugeot iOn  
 Nejvyšší výkon (kW/k): 47/64 při 8000 ot./min.  
 Točivý moment: 180 při 2000 ot./min.  
 Nejvyšší rychlost: 130 km/h  
 Zrychlení z 0 na 100 km/h: 15,9 s  
 Dojezd na jedno nabití: až 150 km  
 Baterie: 88 li-ion článků s kapacitou 16 kWh

(tz)

# Žena je ztělesněním univerzální krásy

Večírek ve velkém stylu a správně inspirativní byl ten, který uspořádal Citroën Česká republika letos v dubnu v Praze v klubu SaSaZu. Nejenže se zde představila modelová řada aut DS a novinka Citroën DS5 a večerem vtipně provázel Marek Eben a se zaujetím hrál Jaroslav Svěcený, bylo zde k vidění a slyšení více než auta a osobnosti. Prodejní výstavu zde měl malíř Patrik Saudek a stála za to. Procházela jsem se mezi obrázky žen a bylo mi jedno, že nohy v lodičkách s nejvyššími podpatky prosily o odpočinek. Obrázky Patrika Saudka byly expresivní, plné emocí, úsměvné, a říkaly si o otázky. Ty jsem autorovi položila o pár měsíců později:

## Co považujete za zdroj ženské krásy? Co je tím nejpůvabnějším na ženách?

To, co považuje člověk za krásné, je mu také nějakým způsobem blízké či sympatické. Hledání krásy, respektive vnímání krásy, je pak mnohem snazší. Jedinečná krása ženy se proměňuje v čase. Ale vždy je výjimečná. Mluví za ní ladná gesta, výraz tváře, pohyb, úsměv, oči. Kouzlo ženy hovoří za ní a utváří celý obraz.

## Čím dokážete ženu potěšit?

Snažím se ženě věnovat pozornost, potěšit ji tím, že vyjádřím, jak moc je pro mne jedinečná a důležitá. Ale některé ženy o to nestojí. Poté je lepší dát ženě potřebný prostor a klid. Žena se rozzáří, když se pozná na mých obrazech, protože pak ví, že na ni myslím i ve chvílích, kdy spolu nejsme. A pro mne je důležité, když se modelka pozná a obraz se jí líbí, protože pak

vidím, že mohu být se svou prací spokojený. Naopak když se žena na mých obrazech nepozná, je to důvod ke smutku a rozčarování. Vždy silně záleží na osobnosti a na vztahu, jaký se mezi modelkou a mnou vytvoří. Je rozdíl mezi zakázkou na objednávku a mezi dílkem, které věnuji blízké bytosti. Velkou roli pro mne během mé práce hraje důvěra, bližší než povrchní vztah.

## Proč je žena tak častým námětem vaší tvorby?

Žena je ztělesněním univerzální krásy, která pak přechází do mého vidění a usidluje se i v mých dílech. Obraz se musí líbit očím, musí být krásný vizuálně, ale nesmí

opomíjet i hlubší rozměr krásy. Měl by vždy zachytit ono fluidum a magii, které z té které ženy vyzařují a činí ji jedinečnou. To je ten magnet, který pohne lidským vnímáním. Je to zkrátka podobný pocit, jako když je člověk



Z výstavy obrazů u příležitosti večírku ve stylu Citroën

## Novinky pro muže

### S Pioneer Investments máte nyní finance pod palcem

Skupina Pioneer Investments představuje novou aplikaci pro chytré telefony, díky které má nyní každý možnost sledovat aktuální vývoj fondů Pioneer přímo na displeji svého mobilu. Aplikace je určena pro iPhone a telefony s operačním systémem Android. Zájemci ji mohou získat bezplatně prostřednictvím App Store a Google Play nebo na webových stránkách Pioneer Investments v ČR. „Online komunikace je fenoménem dnešní doby. Spojení tradice firmy, jejíž historie sahá až do roku 1928, a moderních trendů v poskytování služeb našim partnerům

a klientům tvoří novou hodnotu značky Pioneer Investments,“ řekla Dana Řezníková, ředitelka Marketingu a PR Pioneer Investments v ČR a dodala: „Nová aplikace je prvním krokem v rámci plánovaných interaktivních řešení. V nejbližších měsících chystáme další rozšíření naší nabídky v oblasti multimediální komunikace.“ Aplikace je určena jak pro distributory a obchodní partnery, kterým usnadní každodenní práci se svými klienty, tak pro investory z řad veřejnosti, kteří díky ní mohou sledovat aktuální trendy ve vývoji různých typů aktiv. Aplikace je optimalizována

pro mobilní telefony s operačním systémem iOS a Android. Zájemci ji mohou získat prostřednictvím on-line obchodů App Store a Google Play nebo si ji pomocí QR kódu mohou stáhnout na stránkách [www.pioneerinvestments.cz](http://www.pioneerinvestments.cz). Stávající aplikace bude v budoucnu rozšířena také o sekci věnovanou informacím o skupině Pioneer Investments, uživatelé budou mít možnost zobrazit si měsíční zprávy k jednotlivým fondům, volit různé časové horizonty u výkonnosti fondů či přehrát si video rozhovory s portfolio manažery i dalšími odborníky v oboru správy aktiv. (tz)



Vyzkoušejte:

RANKO - Parenička uzená



## PS: Na dvě otázky odpověděl Patrik Saudek obrázkem

► zamilovaný. A ten přitahuje vždy. Vábí. To by se mělo promítat i do umění, protože umění ve finále publikum potřebuje, ať už chceme, nebo ne. Tvorba je individuální činnost, a takovou by měla zůstat pouze v umělcových rukou, dokud jeho dílo není hotové. Pak je připravené, tvůrčí proces může polechtat vnímání veřejnosti.

### Jak by mohla vypadat řidička Citroënu?



### Odhadnete na první pohled, která žena je tak trochu intelektuálka či z businessu, anebo to vůbec nezkoumáte? Pokud ano, tak co na takových ženách nejvíce obdivujete?

Přiznám se, že po tom, jestli je žena intelektuálka, z businessu, nebo jakákoli jiná, se nepídím. Jde mi o to, jaká žena skutečně je, což nejlépe vyjádří svým chováním, svými činy. Zajímá mě, jak žena reaguje. Na úspěšných ženách nejvíce obdivuji jejich schopnosti, hrdost, odvahu jít za svým snem a něco odkázat. Víte, je nesmírně snadné zanedbat sebe sama. A ne každá žena umí být schopná a prožít svůj sen.

### V čem jsou ženy výjimečné, pokud podnikají?

V podstatě bych zopakoval to samé, co u předchozí otázky. Je to nejen ženská krása, inteligence, schopnosti a hrdost, ale ženy samy mají potěšení ze své práce a jsou rády za úspěchy, které se jim podařilo získat. Pro ženy je to také příjemný pocit, že mohly něco odkázat a trochu obohatit svět. Váží si své práce a svých úspěchů. Navíc je takový úspěch jedinečný, protože zpravidla má víc než jen sobeckou dimenzi. Je to vždy úspěch pro někoho – partnera, rodiče, děti. Ženy si primárně touží vybudovat stabilní zázemí, kdežto muž žije tak říkajíc na sebe.

### Odhadnete největší povahovou přednost žen ve srovnání s muži?

Největší ženské přednosti, s nimiž muži bojují jako don Quiote s větrnými mlýny, jsou stálost, věrnost, pozitivní ladění a myšlení, elán, vyzařující optimismus. Umělci jsou hodně zvláštní tím, že mají svůj specifický vnitřní svět, který bývá zpravidla temnější, než by se mohlo zdát. Je proto pro mne vždy velice krásné a obohacující být ve společnosti dobře naladěné a optimistky, stálost a pohodu vyzařující ženy. Velkou přednost žen vidím také v tom, že se dokáží za své rozhodnutí postavit, razit si svou vlastní cestu, což je nesmírná výhoda, která se uplatňuje v menších i větších životních krizích. Prostě víte, že na ženu se můžete spolehnout. Místo unáhlených rozhodnutí jsou ženy ochotné situaci také chvíli pozorovat, sledovat, jak se vyvíjí a přispět k jejímu rozuzlení v ten správný čas.



### Muži se zpravidla chytrých a odvážných žen bojí. Vy také?

Chytrých a odvážných žen se rozhodně nebojím. Naopak je vítám! Ale je pravda, že ne každý je schopný po svém boku takovou ženu, která je dokonalá, akceptovat.

### Děsí vás někdy fantazie žen?

Záleží, jakým směrem se ony fantazie ubírají. Pokud žena myslí na někoho či něco jiného, když spolu trávíme čas, pak je to pro mne negativní signál. Ale fantazie ženy umí vždy překvapit. Co si vlastně pod pojmem fantazie představujeme? Objevování? Nejhorší je, když žena člověka ze svých



fantazií vydělí, protože pak již není součástí jejího nitra. Pro člověka, který se tak octne mimo vesmír ženy, se taková zkušenost jeví bolestnou. Fantazie také mohou odhalit nečekané dimenze lidského bytí. Fantazie představuje směr, jak nasát emoce jinou cestou. Malování je vlastně důsledek vnitřního puzení vyvolaného fantazií.

### Je něco, co se muž od ženy nikdy nenaučí?

Mezi ženami a muži není zase takový rozdíl. Myslíme si zhruba totéž, reagujeme podobně. Muž se ale od ženy nikdy nenaučí naslouchat a jednat tak jemně, rozpoznat ty jemné nuance, které člověk vyzařuje ve svém chování. Žena je schopná takovým signálům naslouchat a nikdy vás nepostaví před hotovou věc jen tak. Muž nikdy nebude tak stálý jako žena. Je důležité, aby se lidé navzájem respektovali a nechali si vzájemně prostor pro svou osobní třináctou komnatu. Než se pokusí lidé probít do toho ryze osobního bodu, měli by se dobře rozmyslet, zda-li opravdu chtějí vědět to, co tam na ně možná čeká. Ale v zásadě si mají ženy a muži vzájemně vždy co nabídnout. A co se muž od ženy skutečně nikdy nenaučí? Zlu, které může vycházet z ženy, již bylo nepatřičně ublíženo, které ji navzdory poznamenalo a ovlivňuje její chování. Nemálo žen je vystaveno špatnému zacházení, může mít nespočet podob, tolik, kolik je ženských bytostí, a stejně tolik podob mohou mít ženské reakce na toto zlo. Muž takové zážitky vnímá jinak a jiným způsobem se s nimi vyrovnává. Ne tolik zatrpkle jako žena.

### Jaká je nejsilnější ženská zbraň?



ptala se Kateřina Šimková

**Pokud byste si chtěli obrázky Patrika Saudka koupit, volejte: 737 131 688**

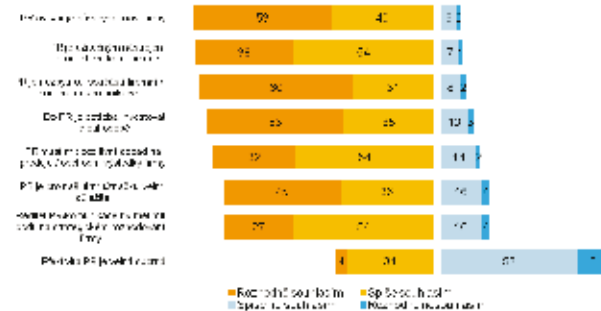


# Komunikaci s veřejností považuje za důležitou devět z deseti firem v ČR

Pro firmy působící v Česku je důležité, jak jsou vnímány veřejností, a uvědomují si tedy význam public relations. Drtivá většina z nich považuje PR za nezbytnou součást své firemní komunikace. Mezi nejčastěji využívané oblasti PR služeb dnes patří on-line komunikace, následována interní komunikací, pořádáním akcí a nástroji media relations. Velký potenciál je spatřován v komunikaci na sociálních sítích. Takové jsou výsledky průzkumu, který provedla agentura AMI Communications ve spolupráci se STEM/MARK mezi firemními manažery komunikace.

Téměř všechny firmy působící v ČR považují vztahy a komunikaci s veřejností za důležitou součást svého působení. „Devadesát tři procent dotázaných vnímá public relations jako nástroj, který má vliv na důvěryhodnost firmy. Za užitečný nástroj produktové komunikace považuje PR 92 procent respondentů. To, že je PR nezbytnou součástí korporátní komunikace, uvedlo 91 procent dotázaných,“ uvádí Milan Hejl, managing partner AMI Communications.

## Jak vnímáte PR? Souhlasíte s následujícími výroky týkajícími se public relations?

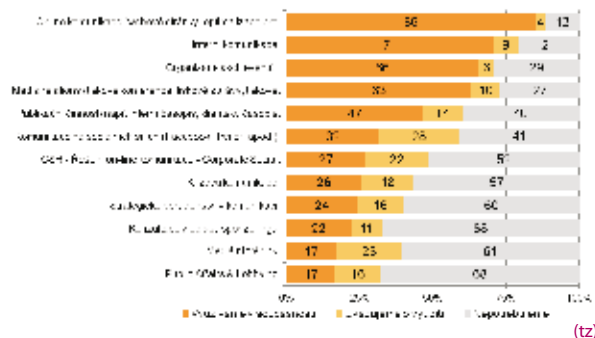


„Dvě třetiny respondentů hodnotí PR jako efektivní nástroj komunikace. To, zda má firma pro svou komunikaci využít spíše nástroje reklamy, přímé komunikace, či PR, je vždy velmi individuální. Záleží na konkrétních potřebách společnosti, na povaze a cílech kampaně. V praxi velkých firem se osvědčuje kombinace všech způsobů,“ uvedla Denisa Kasl Kollmannová, vedoucí katedry marketingové komunikace a PR na FSV UK v Praze. Vybudování dobrého jména je otázkou dlouhodobého úsilí a práce, což si uvědomuje většina dotázaných. Osmdesát osm procent z nich totiž uvedlo, že do PR je třeba investovat dlouhodobě. Kontinuálně využívají PR nástrojů dvě třetiny dotázaných

společností. Pouze 7 procent z nich PR nevyužívá vůbec. Z PR nástrojů využívají firmy nejčastěji on-line komunikaci, s tímto komunikačním kanálem pracuje 85 procent dotázaných. Hojně

využívanými jsou také nástroje interní komunikace se 71 procenty a pořádání akcí se 66 procenty. Necelé dvě třetiny respondentů využívají klasické nástroje media relations, tzn. zajištění tiskových konferencí, přípravu tiskových zpráv a dalších tiskových materiálů. „Velký potenciál je v současné době spatřován v komunikaci na sociálních sítích, kterou aktuálně využívá 32 procent respondentů a o možnosti využít těchto služeb uvažuje dalších 28 procent. Význam Facebooku, Twitteru, LinkedInu a dalších stále sílí,“ dodal Milan Hejl.

## Které z následujících oblastí PR služeb využíváte?



## Koho a co mám ráda ...na Amway?

Laky na nehty nekupuji jen tak ledajaké. Musí něco vydržet. Moje nároky mají opodstatnění. Věnuji se činnosti duševní s obdobným potěšením a nasazením jako aktivitám fyzickým. Zacvičit si jógu, projet se na kole, zatančit si, přesadit květiny, jít na houby, okopat záhonky, vyplet skalku, umýt podlahu... Mohla bych pokračovat donekonečna. Ruce mám zkrátka pořád zaměstnané, ať už se zabývají bleskovým prstokladem na klávesnici, či manuální činností v pravém slova smyslu. Tím více je o ně třeba pečovat. Ráda je mám upravené, nehty zejména. Jsou vizitkou, umí vyjádřit mnohé. Jak ale mít věčně krásné ruce? Kromě krému, kvalitní manikúry a výživné kúry, je zde ještě lak na nehty, nezbytná součást vizáže každé ženy. Jejich barvu měníme všechny



podle nálady, aby ladily s outfitem. Chceme, aby přitahovaly žádnou pozornost. Jednou mají vzbudit decentní „ó“. Jindy mají v okolí vyvolat údiv nad naší odvahou a kreativitou. V každém případě však musí podtrhovat půvab, charizma, výzvy! Ale jak je mít po celý týden v dokonalém stavu za minimum času v dnešní hektické době? Existuje vůbec nějaký takový lak? Na to jsem se ptala do doby, než jsem vyzkoušela laky na nehty společnosti Amway z řady ARTISTRY. Jsou k neuvěření už jen proto, že splňují všechny mé nároky. Zaschnou perfektně do pěti minut. Barva je přímo brilantní. Okolí si vždy všimne pěstěných rukou. Nalakované nehty vše pěkně podtrhnou a korunují můj pocit spokojenosti. A co ještě! Vypadají po sedmi i více dní fantasticky bez ohledu na to, jestli se pídím po plevalu s motýčkou v ruce, nebo právě píšu o tom, co mám ráda ...na Amway!

Kateřina Šimková



# Sonda do českých koupelen

**Je u nás při mytí znát rozdíl mezi létem a zimou? A čemu Češi dávají přednost – sprchování, nebo koupání ve vaně? Platí stále, že o sebe dbají více ženy než muži, nebo je to jen utkvělá představa, která už dávno neplatí? Co je nového v českých koupelnách, zjišťovala společnost Henkel.**

Bezmála polovina Čechů se v létě myje stejně často jako v zimě. Každý pátý Čech se v nejteplejším období roku dokonce myje pouze obden, či ještě méně. Zároveň však už neplatí, že muži osobní hygienu výrazně zanedbávají. To jsou některá zjištění průzkumu o současných hygienických návycích Čechů, který si nechala zpracovat společnost Henkel ČR u agentury Ipsos Tambor. Češi čelí tropickým teplotám, ale velká část obyvatel na to v oblasti tělové péče nereaguje. „Celkem 43 % lidí nemění své návyky spolu s příchodem letního počasí,“ prozradila výsledky průzkumu Radka Šimánková, marketingová manažerka divize Kosmetiky ve společnosti Henkel ČR. Alarmující je, že téměř pětina obyvatel si sprchu či koupel dopřává méně než jednou denně. Celkem 64 % dotazovaných se myje jednou denně. Průzkum také odhalil, že 19 % populace se hygienické péči o své tělo věnuje o víkendů častěji než v jiné dny. Nejnovější šetření také ukázalo, že péče o tělo je záležitostí hygienických návyků a ekonomická situace na ni nemá vliv. V době silného tlaku na rodinné výdaje Češi naopak na péči o své tělo nešetří. Na 91 % respondentů prozradilo, že za sprchové gely, mýdla a další přípravky na mytí utrácí stejně nebo více než před třemi

lety. Třetina z nich dokonce své výdaje zvýšila. „Češi nezapomínají na nákup kosmetiky ani v době finanční krize. Přizpůsobili však výběr svého nákupu a mnohem častěji preferují zboží nabízené v akcích nebo hledají nové benefity,“ komentovala Radka Šimánková. Její slova potvrzují i další fakta z průzkumu: „I z našeho dlouhodobého sledování postojů ke krizi a jejího vlivu na spotřebitelské chování vyplývá, že drogistické zboží patří do jedné z mála kategorií, kde zákazníci i přes vysokou míru spotřebitelského pesimizmu téměř neomezují své výdaje,“ doplnil Tomáš Macků, PR&Communication Director Ipsos Tambor. Češi si též zamilovali sprchování. To před vanou plnou vody upřednostňuje 70 % Čechů. Mezi hlavní výhody řadí především to, že je to rychlejší (45 %) a pohodlnější (20 %) než koupel. Téměř 15 % respondentů však prozradilo, že tímto způsobem také šetří výdaje za vodu. Panuje obecné povědomí, že ženy o sebe více dbají. Průzkum však ukázal, že v České republice nejsou mezi pohlavími nijak patrné rozdíly v chování a že muži se v posledních letech snaží dohánět,

co dlouhou dobu zanedbávali. Přibližně stejný počet žen i mužů (66 %, respektive 63 %) se totiž osobní hygieně věnuje stejně, tj. jednou denně. I přesto však mají muži stále co napravovat. Zatímco dalších 23 procent žen se sprchuje či koupe vícekrát denně, stejný počet mužů se stále myje jen párkrát do týdne. „Výsledky odpovídají povědomí, že ženy sice o sebe pečují stále častěji a lépe, ale muži svému tělu v posledních letech věnují stále více pozornosti. To potvrzuje i rostoucí segment kosmetických produktů pro muže,“ prozradila Radka Šimánková. Z výzkumu vyplynul také zajímavý rozdíl mezi Prahou a dalšími místy republiky. Obyvatelé hlavního města se myjí častěji; dvakrát a vícekrát denně se umývá třetina z nich, zatímco u ostatních obyvatel je to pouze necelá pětina. V průzkumu byl zároveň zbořen jeden mýtus. Ve sprše si zpívá pouze každý pátý Čech a bezmála 80 % obyvatel si tak svými pěveckými dovednostmi péči o tělo nezpestruje. Nejčastěji si zpívají mladí lidé do 24 let. Mezi nimi je téměř jedna třetina zpívajících.



(tz)

## Ženy od ledna zkracují rodičovskou dovolenou

V prvním pololetí 2012 se začal v souvislosti s lednovou úpravou legislativy v oblasti rodičovské dovolené objevovat nový trend. Podle odborníků se matky s malými dětmi přizpůsobují změnám v čerpání rodičovského příspěvku a vrací se do zaměstnání dříve než v předchozích letech. Experti tento trend hodnotí pozitivně, pro zaměstnavatele i samotné matky znamená usnadnění celého procesu návratu ženy do zaměstnání. Podle odborníků začínají uvažovat ženy v souladu s novou legislativou a vrací se do zaměstnání o rok až dva dříve, než tomu bylo v minulosti. Na základě lednové novely mohou totiž nyní vyčerpat celých 220 tisíc korun rodičovského příspěvku nezávisle na délce času, který stráví na rodičovské dovolené. Cílem novely bylo podle ministerstva práce a sociálních věcí zvýšit flexibilitu při čerpání rodičovského příspěvku a usnadnit ženám návrat do pracovního procesu.

„V současné době se propaguje myšlenka dřívějšího návratu do práce. Velká část žen s malými dětmi se tak tomuto trendu spontánně přizpůsobuje. Změna je patrná zejména od lednových sociálních reforem,“ uvedla Jana Seemanová, právnička pracovně-právní

poradny sdružení APERIO – Společnost pro zdravé rodičovství. „Mnoho žen se totiž obává, že se sníží jejich kredit zaměstnankyně, když budou s dítětem doma déle. Zároveň volí mnoho z nich kratší dvouletou variantu rodičovské dovolené kvůli financím,“ vysvětlila J. Seemanová. Lednová novela sjednotila maximální výši pro všechny varianty rodičovského příspěvku. Jednotný strop byl stanoven na 220 tisíc korun. Zatímco u dvouleté a čtyřleté varianty tak došlo ke zvýšení příspěvku o 4000 korun, tříletá varianta o celých 16 000 korun klesla. Podle odborníků může mít právě tento krok za následek urychlení návratu žen s malými dětmi do zaměstnání. Snížení tříleté varianty rodičovského příspěvku se totiž podle nich odráží na rodinných rozpočtech.

„V posledních měsících registrujeme ze strany žen s malými dětmi zvýšenou poptávku po přivýdělku či zaměstnání na plný úvazek. Potřebují totiž vyrovnat finanční ztrátu, kterou utrpěl jejich rodinný rozpočet po lednových reformách,“ sdělil Jaroslav Slaviček, jednatel společnosti DataLife, která se zabývá odborným poradenstvím v oblasti financí. „Rozhodli jsme se proto zahájit v červnu rozsáhlou informační a náborovou kampaň. Chceme pomoci ženám při hledání flexibilního zaměstnání, které jim zároveň dovolí péči o malé děti,“ doplnil J. Slaviček.



(tz)

## Jak efektivně využít čas



Michaela Škopková, key account manažerka, FOCUS Agency

**J**ako značně pracovně vytížená matka malého dítěte musím svůj den pečlivě rozvrhnout a jasně určit priority tak, abych jej využila co neefektivněji. Můj den začíná snídaní s rodinou, pak většinou odvezu syna do školy a věnuji se práci. Tu si snažím zorganizovat tak, abych vše stihla a nebyla ve stresu, a tak si každé odpoledne před odchodem z kanceláře jasně naplánuji příští den a schůzky si stanovuji tak, aby na sebe navazovaly a byly ve stejném místě, abych se vyhnula časově náročnému cestování z jednoho konce města na druhý. Dávám si pozor na to, abych každý úkol dotáhla do konce a neodbíhala od jednoho nevyřešeného problému k druhému, a to i při práci v domácnosti. Důležité je také umět zvolnit a „ukrást“ či čas jen pro sebe a pro svou rodinu. Proto chodím pravidelně cvičit a o večerech a víkendech vypínám služební telefon a věnuji se jen manželovi a synovi.

## Horoskopy

### Co nám připravily planety

Horoskopy Daniely Hannah, které se pravidelně objevují na webu [www.madambusiness.cz](http://www.madambusiness.cz), najdete ve zkráceném znění také na tomto místě. Třeba vám pomohou při důležitých krocích ve vašem životě.

### Panna 23. 8. – 22. 9.

Novoluní proběhne 16. 9. Tento den je důležitý pro posílení vlastní stability a možností kolem zlepšení zdravotního stavu. V tomto období si naplánujte vše v oblasti očistných procesů vašeho organismu. Zdravá výživa, domácí potraviny, ale i jóga, nebo meditace mohou přispět k rovnováze duše a fyzického těla. Změňte stravovací návyky, naučte se zařazovat do jídelníčku zdravé potraviny a ty nezdravé pomalu odbourávat. Udělejte něco pro své zdraví a ono se vám to za čas vrátí.

vaše Daniela Hannah, [www.astrokarty.cz](http://www.astrokarty.cz)

## Jaký jsem to jen klient?

Nabídky a oslovení k tomu, abych si vzala tam či onde úvěr, hypotéku, půjčku nebo další kreditku nemají konce. Pronásledují mě. S chutí si vyposlechnu další a další klient k pohledání. Dodává mi to báječné sebevědomí, díky kterému se usmívám na své okolí a klamně se učím vážit sama sebe. Jak příjemné! Díky bankám jsem Někdol! Ve chvílích procitnutí z cynického opojení vlastním já se ptám, k čemu je mi to v praktickém životě vlastně dobré. Vždyť všichni jsme z člověčího masa a kostí a všichni jednou, a nezbode se na mne, skončím jako rovný s rovným, bez koruny v kapse a patrně i bez těch zlatých korunek v ústech. Moje úvahy se potvrdily nedávno. V pátek odpoledne jako by bylo pátek třináctého, jsem se na vlastní kůži přesvědčila, jak to se mnou vlastně všechny ty bankovní domy myslí. Kdo jsem skutečně a s jakou vážností je třeba brát rčení V nouzi poznáš přítele. Povím vám to. Nutně jsem potřebovala během hodiny sehnat 15 000 korun v hotovosti. Byla to tak nešťastná situace, do jaké se člověk dostává vskutku párkrát za desítky let. Bláznivých, nicotných 15 000 korun. Ne zaplatit jistou záležitost, na níž mi velmi záleželo, kartou, bankovním převodem, ale hotově, a basta. Jako by se ten den po 15 000 korunách zem slehla. Na jednom osobním účtu zbylo minimum, měla jsem velké výdaje. Vybírat z kreditky je setsakramentská hloupost. Další účet, který by se byl dal využít, byl takovým, o němž jsem sama před sebou prohlásila, že nesmím být k jinému účelu, než k jakému byl zřízen, a toho jsem se chtěla držet i v této páteční nouzi. Pravda, mohla jsem si výjimečně vyplatit odměnu z účtu firemního, ale jako na zlost zel prázdnotou, i když pět klientů svatosvatě slíbilo, že nám faktury zaplatí. Nu, nezbyde, než si zmíněnou sumu vybrat z účtu, který byl pečeten tichou dohodou mezi



mými dětmi a mnou – že se na tuto rezervu nesáhne, i kdyby trakaře padaly. Ujistěna argumenty starými pár týdnů získanými rovnou na pobočce příslušné banky neviděla jsem v úkonu, který měl probíhat rovnou u pokladny a nasypat do mé peněženky jen 15 000 korun, žádnou potíž. Ovšem ta nastala ihned, jakmile jsem pronesla, že bych si ráda vybrala jen těch proklatých 15 000 korun. Odborník za sklem zavrtěl hlavou a vysvětlil mi, že vybrat mohu jen 50 000 korun, i když to nemá logiku. Otázala jsem se, zda je možné, abych tedy vybrala 50 000 Kč, část použila, druhý den z jiných zdrojů doplnila a zase na účet ve výši 50 000 Kč vložila. Odpověď byla jednozřejmá: ano, samozřejmě. Muž poté nabyl dojmu, že jsem patrně důvěryhodný klient a nabídl mi záložní řešení: nevybírejte z tohoto účtu, navýšíme vám kontokorent na vašem jiném účtu nebo limit kreditní karty, to jde na počkání, hned to zařídím. Seděla jsem v pobočce banky, kde jsem se učila finanční gramotnosti, která mi půjčila kdykoli během pár minut, které jsem nikdy nedlužila a kterou mám ráda, protože zde funguje i WC pro klienty. Každý finanční ústav má svou přidanou hodnotu, pravda, benefit této banky byl mi po jednání na této „domácké“ půjčce prospěšný, neb nelze situaci posléze charakterizovat jinak, než že by se jeden z toho opravdu... Ale k věci. Mladík se díval na moji klientskou historii, radil se s kolegy. Máte u nás ohodnocení jako málokdo, a takových klientů si nesmíme vážit. Poslouchala jsem chválu uctívost sama a natrásala se. Sdělovali mi, že za chvíli je vše vyřízeno k mé spokojenosti. Jenže pozor: karta se obrátila. Omluvná slova společně s vyhasínajícím plamínkem v očích ochotného muže byly znamením, že se něco děje. Pomalu jsem přestávala být superklientkou, ale obtížně přinášejícím jedincem, který bůhví, co tím sleduje. Jako mávnutím kouzelného proutku jsem se proměnila v osobu podezřelou, nehodnou dalších operací,

kteřá peníze rozhazuje, ale neshromažďuje a neukládá. Jo jo, přiznávám: mám hypotéku a tři končící půjčky, několik kreditek, z nichž sice užívám aktivně

stejně jen jedinou... Jedna moje půjčka končí za měsíc, druhá za rok a splatím ji v září předčasně, z hypotéky zůstává půlrok a zůstává půjčka jediná, z níž plynou právě této bance nemalé úroky. Penzijní připojištění platím zdejším fondu vysoké jako málokdo z českých šetrílků, investuji s fondu této instituce, vzdělávám se na seminářích této banky, měla jsem zde několik stavebních spoření, využívám kreditku tak, že benefity mohu jen hýřit. Jsem prostě vítaná a basta. Jsem jeden z nejvěrnějších a nejsolidnějších klientů. Potřebuji v jistém okamžiku 15 000 Kč jako nouzové řešení. K dispozici mám účet, z něhož si mohu vybrat, ale ne 15 000 korun, ale musím 50 000 Kč. Všechny argumenty hraji pro mne. Praxe je jiná – nic nedostanu a mám pocit, jako bych nemohla sáhnout ani na ty svoje vlastní prachy. Odcházím jako spráskaný pes a přemýšlím, která banka mne neodmítne. Nemám jedinou splátku v životě, kterou bych opozdila. Platím úroky, za něž bych se měla jako svědomitý hospodář spíš stydět. S nikým se nehandrkuji, komunikuji s úsměvem. Znovu se vracím k okénku nazvanému pokladna a vybírám rovných 50 000 Kč, do peněženky vkládám 15 000 korun a zbytek putuje na osobní účet, neb oněch 35 000 Kč vskutku k ničemu nyní nepotřebuji. Manipulant pokladník se na mne dívá jak na idiota. V příštím týdnu nestačím zvedat mobil. Jsem totiž úžasný klient. Dostávám jednu nabídku za druhou. Půjčíte vám v tomto týdnu 300 000 Kč. Převedeme vám 78 000 korun na jiný účet. Získejte kreditní kartu s limitem... Právě probíhá akce, máte jedinečnou možnost ... Asi deja vu.



fejeton



Eva Brixi

# Zdravě grilovat a pochutnat si

**Už jste letos grilovali? Divila bych se, že ne. S přibývajícím sluníčkem se naše zahrady či zahrádky restaurací začnou měnit – na mnohých místech se zejména o víkendech objevují nejrůznější stroje a přístroje, grily mezi ně patří plnou měrou.**

Grilování je zkrátka spojeno s létem stejně jako koupání, výlety a slastné odpočívání. Je symbolem nejen ochutnávání kdovíjakých dobrot, ale zejména setkávání se s nejbližšími a přáteli, kamarády, známými. Je spojováno s pohodou a dobrou náladou, posezením plným humoru, úsměvných historek i radostí. Na začátku léta se v Praze uskutečnilo také jedno milé grilování, a to na švýcarských grilech OUTDOORCHEF. Vše bylo pod taktovkou firmy PROGRILL s.r.o., která zastřešuje prodej těchto grilů, ale také propaguje principy zdravého grilování. To je totiž filozofií značky Outdoorchef: „Zdravé a ve všech aspektech maximálně pohodlné grilování a vaření na grilu jako možnost každodenní venkovní přípravy jídla po celý rok.“



Představeny byly modelové řady plynových a uheľných grilů, jejich výhody, zapálení prostřednictvím spínače, spolehlivost, a především jedinečná patentovaná technologie Funel, která zabezpečuje 100% nehořlavost odkapávajících šťáv. Předností celého sortimentu je naprostá bezpečnost, která je zajištěna i při teplotě 300–400 °C.

Ne každý možná ví, že se na grilech dá také vařit a péct. Umožňuje to



široká paleta jednotlivých doplňků. Především litinové pánve, pizza plech, kamenná deska na pečení a další. Mezi obecné výhody plynových grilů lze řadit ekonomickou nenáročnost, jednoduchost a pohodlí obsluhy (a zdravotní stránku věci), snadnou údržbu a čištění.

Už máte chuť? Já také – stačí pár kousků grilované zeleniny a letní večeri máme za sebou! A jestli lenošíte právě na dovolené a gril od uvedené firmy jste si již pořídili, dáte mi za pravdu – stojí to za to. Maso kuřecí, krůtí, hovězí, ryby mořské i sladkovodní, dokonce pizza, to vše chutná prvotřídně. Tak ať si to všechno pěkně užijete.

připravila Kateřina Šimková





# Víte, jak se **nespálit** při výběru zboží a služeb?

Vybírejte produkty označené logem Programu Česká kvalita. Získáte jistotu, že:

- **Výrobek (služba) je kvalitní**
- **Kvalitu ověřila nezávislá zkušebna**  
Nestačí, že výrobce prohlásí produkt za kvalitní. Renomovaná nezávislá zkušebna musí jeho kvalitu ověřit a potvrdit.
- **Kvalita je průběžně kontrolována**  
Dodržování kvality je kontrolováno. V případě porušení pravidel je značka odebrána.
- **Je ověřována spokojenost zákazníků s výrobkem či službou**  
Zákazníci jsou dotazováni, jak jsou spokojeni s výrobkem či službou. Pokud jsou zákazníci nespokojeni, je značka odebrána.
- **Program Česká kvalita je garantován vládou České republiky**  
Program byl přijat usnesením vlády ČR. Na jeho objektivitu a nestrannost dohlíží Řídící výbor, složený ze zástupců spotřebitelských organizací, podnikatelských svazů, státních orgánů, Rady kvality ČR.
- **Více informací najdete na:**

[www.ceskakvalita.cz](http://www.ceskakvalita.cz)



## ZNAČKY KVALITY PRO SPOTŘEBITELE



Mediální partneři >>>

