

P R O S P E R I T A

Madam Business®

Pro miláčky

Eva Brixi

Sednout na kopeček zmrzliny
A přikrýt sukni třešní
Jsou to ale blbiny
Nikdo mi té nesní



Pavla

Zálesáková

Podnikání je vždycky
nejistota a riziko

str. 1, 10–11

Rozhovor měsíce s jednatelkou
společnosti TECH-TRADE, s.r.o.
Mgr. Pavlou Zálesákovou

Nová kolekce vůní inspirovaná nejoblíbenějšími městy světa

Nejnovější limitovaná kolekce vůní DKNY vás během okamžiku vezme na prohlídku těch nejvíce šik měst po celém světě. V prodeji bude od října exkluzivně v parfumeriích SEPHORA.

DKNY Be Delicious NYC

Vydejte se na dobrodružství,
New York je plný energie a vášně.



DKNY Be Delicious PARIS

Inspirována Paříží a její ženou,
nekonečně stylová a sofistikovaná.



DKNY Be Delicious LONDON

Směs anglického venkova
a srdce velkoměsta, jako je Londýn.



Politická kultura a hledání pravdy

Na jistém úradě mne při setkání a krátké diskuzi o volbách oslovila jedna z úřednic s tím, co chci vlastně slíbit svým voličům pro případ, že mne zvolí. Sdělil jsem jí své záměry, ale zaujal jsem ji až tím, když jsem začal mluvit o veřejném či privátním vystupování mnohých (obávám se, že se to týká bohužel většiny) našich politiků a tím, že bych chtěl přispět ke zlepšení politické kultury v tomto státě. Obdržel jsem poklonu a poděkování, neboť dle jejího vlastního vyjádření již nemůže slyšet, že kandidát, který si přeje stanout na místě, o něž usiluje, zajistí snížení daní či jiných poplatků nebo zvýšení příspěvku na mateřskou dovolenou. Na další debatu již nedošlo, což bylo možná dobře. Ono totiž kultivovat politické prostředí v tomto státě je jistě zajímavý a určitě lákavější cíl, než je snižování daní. Navíc – prostředky k jeho dosažení se mi též jeví jako ne zcela triviální. Proč přicházím s tímto zamyslením právě před vás, milé a vážené čtenářky Prosperity Madam Business? Určitě proto, že jsou ženy duše vnímavé, pozorné a s daleko větším smyslem pro spravedlnost, pravdivost, opravdovost než my, muži. Jste citlivější, hloubavější a důkladnější o jistých souvislostech života přemýšlíte. Vaše intuice a vrozená emocionálnost dokáží včas rozpoznat křivdy a nepravosti. Jistě i takové, které se dotýkají naší politické scény. A proto by mne potěšilo, kdybyste četly až do konce.



Ing. Zdeněk Juračka

Cindy Crawford a kolekce pro C & A

Cindy Crawford patří k první generaci světových ikon modelingu, předváděla pro všechny přední značky a je stále jednou z nejúspěšnějších modelek všech dob.

Cindy Crawford dnes není ale pouze supermodelkou, nýbrž také úspěšnou podnikatelkou a matkou dvou dětí. Pro společnost C&A nyní vstupuje na zcela nové území návržením své první módní kolekce pod názvem „Cindy Crawford Collection @ C&A“. „Cindy Crawford je ve světě známá jako jedna z prvotních modelek, z níž se stala vlastním přičiněním hvězda.



Jako taková reprezentuje ikonu generace, na kterou cílíme některé naše hlavní dámské kolekce: elegantní, moderní a nadčasové. Zároveň se jí podařilo zůstat onou „holkou od vedle“, jak sama sebe popisuje, která rovněž žije svůj soukromý život mimo světla reflektorů jako podnikatelka a matka,“ vysvětlil vedoucí oddělení komunikací společnosti C&A Europe Thorsten Rolfes. Počínaje letošním podzimem se její kolekce objeví ve více než 1500 prodejnách C&A po celé Evropě. V Česku ji najdete v 38 prodejnách,

kteří u nás společnost provozuje. Je samozřejmé, že v této kolekci se projeví její osobní styl. „Mým cílem je pomoci navrhnout pohodlnou módu pro každodenní nošení,“ potvrdila Cindy. Sama miluje styly, ve kterých vypadá při každodenních činnostech dobře, bez ohledu na to, zda je se svým manželem Rande Gerberem nebo dětmi Presleym a Kaiou.

„Vždycky jsem snila o tom mít svou vlastní módní kolekci a jsem nadšená, že mohu na tomto počínání spolupracovat se společností C&A,“ řekla Cindy Crawford. Není pochyb o tom, že své dlouholeté zkušenosti na předváděcím molu, stejně jako roli podnikatelky a matky, v tomto projektu využila. Proto ví, co je pro ženy důležité. Společnost C&A coby partner pro ni byla jasná volba. „C&A již dlouhá léta nabízí svým zákazníkům kvalitní módu za přijatelnou cenu,“ komentovala Cindy Crawford.



jsou zipy, umělé kožesinové límce a pásy, vypadají stejně dobře jako styly s čistými liniemi. Materiály jsou vysoce kvalitní a sestávají ze směsi vlněných tkanin, merina a kůže. Všechny oděvy budou k dostání ve velikostech 36 až 46 a pleteniny v XS až XL.

Pro různá roční období budou tři odlišné looky kombinované z topů, dolních dílů a bund. Na podzim a zimu je připravena přírodní kolekce v teplých, zemitých barvách, kordové kalhoty, košile a exkluzivní kožená bunda v antické růžové. K dostání je také glam-rocková kolekce v kobaltové modři a černé se stylovými tropy, blejzr s tříčtvrtečními rukávy a šedá kožená bunda v rockovém stylu. Třetí a největší kolekce v šedé a černé zahrnuje svetry, kardigany, krátký blejzr, úzké kalhoty – slimky, košile a prošívanou bundu. Zvláště povedeným a nejoblíbenějším kouskem Cindy je kardigan – dlouhý svetr, který lze také nosit jako kabát. Díky svému velmi nápaditému pruhozanému vzoru v odstínech šedé a černé rozhodně upoutá pozornost. Všechny looky i jednotlivé oděvy lze libovolně kombinovat, což znamená, že mohou být vzájemně sladěny podle potřeby pro každou příležitost, ať už se jedná o práci, nákupy, či společenskou událost. Tato univerzálnost je pro Cindy Crawford velmi důležitá: „Já, jako



mnoho žen, nosím nejraději oblečení, které je módní, ale i pohodlné a umožňuje mi vypadat co nejlépe při jakékoli činnosti – ať odvážím děti do školy, mám obchodní schůzku, či jdeme s manželem na večeri.“ (tz)

„Pro mě je důležité být spojována se společností, která prodává módu pro dobrý pocit s jedinečnou nabídkou pro zákazníky.“ Také na ni zapůsobila pověst společnosti C&A nabízející hodnotu za peníze: nejvyšší kvalitu za přijatelné ceny. Pro svou kolekci „Cindy Crawford Collection @ C&A“ se topmodelka inspirovala současnými trendy, přičemž jim dodala svůj vlastní, velice osobní nádech. Oblečení je vkusně neformální až uvolněné, elegantní blejzry, kardigany a svetry a také ležérní košile, džíny a kožené bundy. Detaily, jako

ČESKÁ PODNIKATELSKÁ POJIŠŤOVNA

841 444 555
www.cpp.cz

Naše budoucnost je v mých rukou!

DÁREK
pro prvních
1000 klientek

Akce platí jen do
20. 12. 2012



Nyní
pro ženy
se slevou
15%



EVOLUCE
INVESTIČNÍ ŽIVOTNÍ POJIŠTĚNÍ

ČPP
VIENNA INSURANCE GROUP

Politická kultura

a hledání pravdy

Už vlastní pojem „politická kultura„ není jednoznačný a umožňuje hned několik výkladů. Hlubší rozbor a zamýšlení ponechám filozofům, já bych se chtěl jen krátce zamyslet nad spojením politické kultury s chování jednotlivce-politika.

Pokud se v tomto smyslu podíváme na naši politickou scénu, najdeme zde nepřeberné množství pozitivních i negativních příkladů. Čtenář mi promine mou skepsi, ale těch negativních je bohužel stále většina. Můžeme se částečně utěšovat tím, že takové případy jsou zaznamenávány v celém světě, a to jak v proslulé demokracii USA, nebo v konzervativní Anglii. Takové potěšující zprávy však nemohou uklidnit dnes již silně předrážděného Čecha, neb za prvé v těchto destinacích toho není ve srovnání s naším státem tolik a za druhé se to většinou razantně a s přehledem řeší převážně bezprostředním odchodem „přistizžený“ politiků ze společenského i politického života. Co tedy dělat?

Ono totiž kultivovat politické prostředí v tomto státě je jistě zajímavý a určitě lákavější a hodnověrnější cíl, než je snižování daní.

Na prknech politiky, co znamenají svět, existuje již několik pokusů o sjednání nápravy týkající se ozdravení naší mladé a velmi nedostatečně fungující demokracie. Jsou to různé výzvy většinou směřující k odchodu stávajících a příchodu nových lidí do politiky či obdobná více nebo méně podporovaná hnutí a aktivity. Mohu říci, že hodně z lidí, kteří tyto aktivity připravují a organizují, znám a držím jim palce. Vše je však otázkou možnosti výběru „lepší“ a systému náhrady těch „horších“. A teď jsme u merita věci. Kdo je vlastně lepší a kdo horší. Kdo je navíc natolik neposkvrněný a geniální, že si bude osobovat právo výběru (či vyřazení) nebo zařazení člověka do určité skupiny lidí zřejmě dělené na ty tzv. vhodné kandidáty do politiky a ty méně či přímo nevhodné. Otázka výběru parametrů a kritérií pro jejich realizaci je stěžejní záležitostí. Pokud pro zjednodušení vyjmeme z řad kandidátů ty, co prokazatelně kradou, podplácejí či jinak jednoznačně škodí, zbude nám portfolio lidí nejrůznějších povah s množstvím subjektivních kladných či záporných vlastností.

Tento stav chce stručně popsat několik příklady nejlépe prostřednictvím těch, které známe z vlastní zkušenosti. Měl jsem pestrý život, který mne tzv. naučil dívat se na lidi z mnoha pohledů, neb zrovna ten první dojem a první zkušenost (možná mimo lásku na první pohled) nejsou to pravé ořechové. Jako študák jsem se aktivně v bouřlivém období roku 1968 silně angažoval a s naivně krásnými cíli vstoupil do politiky. Pamatuji diskuze a hledání nových tváří, které změny charakter tehdejší ryze komunistické vize demokracie. Dle mé vlastní zkušenosti v té době bylo, ať se to dnes komu líbí, či nelíbí, možné ovlivnit politické dění výhradně tzv. zevnitř. To znamenalo přemlouvat všeobecně uznávané osobnosti, ať vstoupí do KSČ, a dát jim možnost prostřednictvím významné stranické funkce ovlivňovat politické dění. Jak je dnes známo, nebyla to nejlepší, i když prakticky jediná možná cesta. Poznal jsem to na několika vysoce postavených a uznávaných vědeckých kapacitách z vysokých škol, které se nechaly přemluvit k tomuto kroku a jako odměnu za své dětinství je normalizace po roce 1969 smetla nejen z funkcí stranických, ale i z funkcí vědeckých a učitelských. Mimo to tito slušní lidé trpěli i za to, že došli k názoru nebo byli přesvědčeni o tom, že bez politické angažovanosti obdobných osobností to nepůjde. Samozřejmě to byl omyl, který bolel nejen ty angažované, ale všechny, kteří stavěli cíle na základě spojení vědy a politiky. Přišli jsme tehdy o hodně vědeckých kapacit, protože bolševik byl rázný a neoblomný. Tímto příkladem jsem chtěl naznačit, že ne vždy je ten doslova hodný a slušný člověk nejlepším (kromě výjimek) kandidátem ke vstupu do politiky. Přesto chápu, že je samozřejmě základem pro hodnocení kandidátů „být určitě slušným člověkem“, ale také by to měl být člověk schopný se angažovat pro druhé a mít smysl pro orientaci a řešení společenských i osobních problémů lidí. Chce to tedy mimo jiné kladné vlastnosti i životní zkušenosti, neb ty nenahradí žádná škola či nastudovaná teorie. Jenže – kdo je vlastně slušný člověk? Známe lidi, kteří za základ berou třeba rodinu, což já plně



uznávám. Nerozumím však tomu, když zároveň odsuzují ty, kterým se nepodařilo udržet první manželství, a zkusili to napravit rozvodem. Osobně nezavrhují tyto jedince, a to nejen proto, že sám jsem potřežil šťastně ženatý. Pokud rozvodem, za který mimochodem zásadně mohou vždy obě strany, vyložené neublížíte zejména dětem, beru to jako čestnější řešení než udržovat neudržitelné manželství jenom jako dekorum neposkvrněnosti a cti. Mimo to aktem rozvodu prokazujete snahu a otevřenost při řešení rodinných vztahů, které bývají mnohdy nepředstavitelně komplikované. Závídím těm, kterým manželství vydrželo ze spokojenosti všech po celý život, ale zároveň plně uznávám ty, kteří se postavili k řešení rodinných problémů tzv. čelem a se ctí se vyrovnali s nepřízní osudu. Obě kategorie takovýchto lidí považuji za plnohodnotné a rovnocenné. Chtělo by to nějaký závěr a návod, jak hodnotit a hledat vhodné lidi a směřovat je do politiky. Ode mne se toho však nedočkáte. Já na lidech oceňuji možná vlastnosti, které jiní považují za méně hodnotné. Cení si lidí, kteří v životě byli dole i nahoře, kteří dokázali svou odolnost a vytrvalost při lámání nepřízní osudu. Vážím si těch, kteří dovedou ovlivňovat a řídit kolektivy bez zbytečných osobních emocí, ryze na základě bohatých osobních zkušeností a praxe. Tu beru jako jeden ze základních předpokladů úspěšného zvládnání všech procesů, samozřejmě jako ideální je dobře fungující spojení teorie s praxí. Jako slušného člověka jsem schopen brát i toho, kdo si v rétorice nebere příliš servítky. On totiž ten, kdo je přehnaným slušňákem, zakrývá touto formou chybějící upřímnost a rovnost v jednání. S politickou kulturou to má hodně společného. Toto téma, které jsem si dovolil otevřít, jako své osobní vyjádření k probíhající volební kampani, vyžaduje asi stálou a otevřenou diskuzi. Hledání správných lidí do správných pozic vždy byl a stále bude ten nejsložitější problém ve všech typech demokracií a mezi lidmi vůbec.

Ing. Zdeněk Juračka, kandidát do senátu



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 zářijovému vydání



Tip Grady

Konflikty a vyjednávání

Upravené a doplněné vydání knížky uznávaného autora, poradce a lektora ukazuje, čím mohou být konflikty prospěšné, jaký význam mají jak pro vedení a řízení firem, tak v lidském životě. Dozvíte se o možných způsobech a postupech zvládnutí různých typů konfliktů a seznámíte se s taktickými, lidskými a strategickými aspekty vyjednávání: například jak se na vyjednávání připravit, jak obsadit vyjednávací týmy, jaké konflikty nejčastěji vznikají mezi různými motivačními typy lidí nebo jak využívat různé vyjednávací styly.

Poroste úloha komunikace

firm, institucí a veřejnosti?



► Martina Janebová tisková mluvčí, UNILEVER ČR

Jsme přesvědčeni, že ano. Pro společnosti jako Unilever je komunikace, ať interní, či externí, velmi důležitá, a proto na ni klademe velký důraz. Vzhledem k tomu, že spotřebitelé stále více chtějí vědět, jakým způsobem vyrábíme naše výrobky, jaké odebíráme suroviny či jak se staráme o prostředí, ve kterém působíme, je otevřenost a sdělování informací veřejnosti a médiím pro nás prioritou. V posledních dvou letech se hlavním pilířem naší komunikace stal udržitelný rozvoj. V listopadu 2010 jsme se představením Unilever plánu udržitelného rozvoje zavázali přijmout odpovědnost za své dopady na životní prostředí a kvalitu života lidí. Tento plán se stal nedílnou součástí strategie společnosti. Jako nadnárodní společnost máme velký vliv na chování našich spotřebitelů a věříme, že filozofii udržitelného rozvoje přijmou někteří z nich postupem času za vlastní, stejně jako my. ◀◀

Co oceňujete na podnikatelkách a manažerkách?



► Ing. Václav Horák generální ředitel, CETELEM ČR, a.s.

Oceňuji jejich zaujetí pro práci a vysoké nasazení, jejich zapálení se pro věc, kreativitu, a také jejich organizační schopnosti. Navíc obdivuji to, jak zvládají manažerskou pozici či podnikání skloubit s rolí matky. Není jednoduché vykonávat vrcholovou funkci nebo rozjet fungující business, a navíc se ještě starat o rodinu a domácnost. Koníčky a záliby pak musí jít hodně stranou. Pro některé může být také těžké najít životního partnera, který bude tolerovat jejich časovou vyčílenost. ◀◀

partneři www.madambusiness.cz



www.amway.cz



www.yourchance.cz



www.tisoft.cz



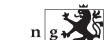
www.geniusmedia.cz



www.unicreditleasing.cz



www.kupeg.cz



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, září 2012

Vydává RIX, s. r. o., Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9, pod vedením PhDr. Evy Brixí-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 Rožničková

tisk: Moravská typografie, distribuce: SP Agency, www.madambusiness.cz

Placené textové materiály jsou označeny grafickým symbolem

Informace do kabelky

Omamná DKNY Delicious Eau So Intense

Protože zájem o ikonické jablečné vůně roste, značka DKNY přichází s kolekcí Delicious Eau So Intense: intenzivnějšími verzemi tří velmi oblíbených parfémů, aby z nich jejich milovnice mohly mít ještě větší potěšení. Osm let po uvedení prvního parfému inspirovaného vůní jablka na trh, Be Delicious v roce 2004 představuje nyní značka DKNY její zatím nejlákavější verze – v rámci kolekce Delicious Eau So Intense: Be Delicious Eau So Intense, Golden Delicious Eau So Intense a Fresh Blossom Eau So Intense. Parfuméri rovnoměrně zesílili koncentraci každé složky původního složení. Každá vůně si zachovala originální strukturu a vyváženost, získala však větší sílu a trvanlivost. Doposud si zákaznice koupily tolik parfémové vody, že by toto množství stačilo každé obyvatelce New Yorku k tomu, aby „lahodně“ voněla každý den po dobu celých dvou let. Každým rokem se po celém světě prodají více než 4 miliony „jablek“ s vůní DKNY Delicious. To je více než 10 000 flakonů za den, 6–7 kusů každou minutu. Každých 10 sekund si někdo někde vybere parfém Be Delicious z regálu v prodejně a vezme si malý kousek tohoto živého, rafinovaného a optimistického ducha města New York s sebou domů. Vůně Be Delicious byla první, pro jejíž vytvoření byl jako základ použit jablečný extrakt, ke kterému byly přidány vrstvy vůně grapefruitu, magnólie, santalového dřeva a bílé ambrý. Be Delicious Eau So Intense, delikátní nová vůně, která si z původní bere to



nejlepší, je koncentrovanější klasická vůně Be Delicious zdůrazňující její hlavní jablečný tón – výsledkem je omamnější vůně. Kolekce Delicious Eau so Intense bude na trhu od září. (tz)

Otevřít se novým věcem

Přední světová společnost v přímém prodeji – společnost Amway se opírá o rozsáhlou síť kvalifikovaných spolupracovníků, kteří využili její nabídky podnikatelské příležitosti. Právě o ní jsme hovořili s Mgr. Janou Vladarзовou, která společně s manželem vybuodovala rozsáhlou mezinárodní síť a patří k nejúspěšnějším také v České republice.

Jak jste se dostala k podnikání v přímém prodeji nebo vlastně multi-level-marketingu?

Rozhodně jsem nechodila světem s přáním vrhnout se do MLM. Měla jsem práci, která mě opravdu bavila. Můj první kontakt s touto formou podnikání byl velmi krátký a velmi radikální – během deseti minut jsem odmítla o něčem takovém vůbec mluvit, protože mi přišlo naprosto pod moji úroveň, abych „coś prodávala“. Při druhém kontaktu (s jiným člověkem) jsem pochopila řadu pro mne velmi důležitých výhod a řekla jsem si, že vlastně nemám co ztratit.

Vzpomenete si na výhody, které vás přesvědčily?

Především, že se nemusím vzdát práce, kterou mám ráda, a přesto mám možnost vybudovat si další příjem a že nemám žádné riziko. Roli hrála také firma Amway, která mně se svými výrobky přišla jako spolehlivý partner. Velmi pádným argumentem bylo, že je na



mém rozhodnutí, jak a kde si práci zorganizuji, takže mám možnost to celé bez problémů propojit s rodinným životem.

Amway

A co ten odmítnutý prodej?

Ono jde spíš o budování vztahů.

Myslím, že prakticky každý dokáže doporučit to, s čím má osobní dobrou zkušenost. Je to velmi účinná reklama, kterou děláme denně, aniž bychom tomu museli věnovat zvláštní pozornost. Tak, jak dnes mnozí lidé mají „svého“ farmáře nebo „svého“ řezníka, tak mají také „svého“ dodavatele například kosmetiky nebo potravinových doplňků. Je to o důvěře, znalostech, kompetenci i osobní zkušenosti.

Čeho si na svém podnikání nejvíc ceníte dnes?

Máme s manželem možnost žít a pracovat na základě vlastních hodnot. Jsme součástí týmu kvalitních

a vzdělaných lidí, kteří se vzájemně obohacují. Nejsme vázání pouze na

Je to o důvěře, znalostech, kompetenci i osobní zkušenosti.



Mgr. Jana Vladarsová



Českou republiku – naše podnikání už dávno přerostlo do mnoha jiných zemí. Můžeme investovat i do jiných projektů, které považujeme za zajímavé a důležité.

Tedy váš recept na úspěch?

Otevřít se novým věcem. Naslouchat, učit se a investovat sám do sebe. Akceptovat vlastní nedostatky a nebrat se příliš vážně. A k tomu všemu přidat notnou dávku pokory.



(red)

Tvořivostí rostou křídla

Před pár lety se u nás začala používat zkratka MCI. Nejvíce ve spojení s osobností vynalézavou, podnikavou, známou a vítanou – prof. Ing. Růženu Petříkovou, CSc. Když mi vyprávěla, že se ve výuce ke kreativitě může chodit i po střepech skla, stěží jsem jí věřila.

Nebo že jsou z účastníků malíři, že se některé z kapitol studia pojmenovaného zkratkou MCI jmenují Návnik řízené imaginace, Přelaďování mozku k tvořivosti či Myšlenkové mapy... Jestli se vaše zvědavost dostala na start otázek, prosím čtěte dále. Odpovídá Růžena Petříková:

V říjnu bude zahájen další ročník velmi originálního studia, které jste před několika lety přivedli na svět v Ostravě s kolektivem vašich blízkých spolupracovníků z DTO CZ, společně s dalšími odborníky z tuzemska i zahraničí.

Je to stále svým způsobem jedinečné, akreditované studium MCI – Manažer kreativity a inovací. Oč v něm jde především?

Posláním studia MCI je příprava špičkových specialistů pro tolik potřebnou oblast inovací a rozvoje inovačního potenciálu organizací. Studijní program rozvíjí kreativitu, inovační myšlení jednotlivců i týmů a podporuje realizaci rychlých a účinných změn. Sám výukový program je vyváženě koncipován jak pro výrobní podniky a služby, tak i pro instituce veřejné správy. Každoroční skladba účastníků z nejrůznějších sektorů je velice vítána, neboť přispívá k obohacování náhledu na daný problém a pohled nezatížený provozní slepotou vlastního oboru.

Mělo by to být učení o tom, jak se originálně snažit zaujmout zákazníka, obchodního partnera, jak vzbudit zájem



o svůj výrobek, službu. Myslete si, že lidé působící v marketingu mnohých firem stále chybují?

Nemyslím si, že vždy chybují, ale jsem přesvědčena (vyplývá to například i z opakovaných zadání bakalářských, magisterských i doktorských prací ze strany našich firem a podniků,) že ne všichni mají v tomto směru příslušné znalosti o všech dostupných metodách, přístupech, technikách posilujících tvořivost vedoucí k inovacím. A pokud tu přece jen nějaké informace a znalosti jsou, ne vždy je jejich nositelé umí využít ve svůj prospěch, potažmo prospěch podniků či společností, ve kterých operují.

Nestačila by někdy jen zdvořilá komunikace s těmi, s nimiž je třeba se domluvit?

Pokud se chcete posunout dopředu, výrazně transformovat některé z procesů, a jak sama říkáte jejich prostřednictvím vzbudit zájem o svoji produkci (výrobek nebo službu), pak v současnosti komunikace, byť maximálně „zdvořilá“ a využívající všech dostupných forem, nestačí. Je zapotřebí se odlišit (v žádném případě neimitovat), tzn. umět reagovat rychle a zákazníka svoji nabídkou překvapit, ne-li přímo „šokovat“. Jednoduše řečeno, nenechat jej v ničem na pochybách, že to, co nabízíte, je mimořádné, originální, vždy s vysokou přidanou hodnotou pro konkrétního zákazníka. Dle známého ekonomů prof. Milana Zeleného se tak zákazník dokonce stává vlastním tvůrcem inovace a přijetí či nepřijetí nabídky závisí na kvalitě podnikatelského modelu, který se odvíjí od této „inovační“ nabídky zákazníkům, generování příjmů a struktury nákladů, komunikace a vztahů se zákazníky, základních zdrojů a klíčových aktivit a procesů. Provázanost a integrace těchto atributů pak tvoří komplexní podnikatelský model.

Někdy se mi zdá, že je marketing spíš o tom, že záměrně neberu telefonní hovory a neodepisuji na mailly... Přitom v každém kontaktu se skrývá potenciál, který se dá probudit a zužitkovat...

Nelze než beze zbytku s tímto tvrzením souhlasit – opravdu se jedná o nesmírný potenciál. Není to tedy pouze inovační nápad či dobrý podnikatelský záměr/model, se všemi zmíněnými atributy, co přináší společenský prospěch, po kterém všichni voláme. Jsou to především



Prof. Ing. Růžena Petříková, CSc., s úsměvem na závěr studia...

tvořiví lidé, kteří dokážou tento nápad dobře zkomunikovat a poté vnést do každodenního života. K tomu však bezpodmínečně musí dostat každý člověk – pracovník příslušný prostor a musí být vhodně motivován. A skutečnost? Často tomuto posunu/změně brání špatně nastavená pravidla hry a mnohdy i samotní manažeři, kteří místo podpory či povzbuzení pouze dohlížejí na jejich striktní dodržování, a tím v zárodku potlačují veškerou kreativitu svých lidí v týmu. A žel, myslím si, je již dostatečně známo, že:

- 1) Manažer, který sám není kreativní, nemůže nikdy vybudovat kreativní tým a slovy našeho velkého podnikatele Tomáše Bati naopak průměrní manažeři jsou schopni vybudovat pouze průměrný tým...
- 2) Tvůrčí talenty může do týmu přitáhnout pouze klima, atmosféra, ve které budou moci svou kreativitu uplatnit. Pokud tomu tak není, ti nejlepší, nejnadanější odcházejí a potenciál, o kterém jste se výše zmínila, je navždy ztracen.

Jaké disciplíny čekají uchazeče a kdo se studentem může stát?

V kontextu všech výše uvedených skutečností, a ověřených faktů, lze tedy jednoznačně rezultovat, že bez kreativity se naši čeští manažeři a odborníci neobejdou. Pomoci jim může, jako ostatně i v jiných oborech a disciplínách, kreativitu se učit, kreativitu znovu nalézat, rozvíjet ji, trénovat, košatit... Program našeho studia MCI proto nabízí několik základních úrovní: rozvoj osobní a týmové tvořivosti, rozvoj, který je založen na technikách odbourávání bariér a změnách úhlu pohledu na konkrétní problém. Součástí je trénink relaxace a koncentrace, s akcentem na pevné ukotvení získaných prožitků a dovedností. Nedílnou složkou je zvládnutí metod a technik používaných pro analýzu a řešení problémů. Celé studium je vedeno tak, aby každý absolvent měl tvořivost nastavenou do trvalé pohotovostní roviny a současně měl dostatek znalostí k využití všech osvojených metod rutinním způsobem a konečně, uměl se na potřebná řešení koncentrovat tehdy, kdy je vyžadováno.

► Studovat může kdokoli, ať za firmu, již reprezentuje, či sám za sebe, pokud mu to například časové možnosti dovolí. Věk ani dosavadní vzdělání nehrají roli.

Doplníte, jak studium probíhá a kde?

Studium bude už tradičně probíhat v překrásném podhůří Beskyd – v Čeladné, a to ve dvou semestrech, ještě konkrétněji jednou měsíčně (čtvrtek–sobota). Na vstupu i výstupu renomovaný psycholog otestuje stávající a poté i výstupní tvořivost každého účastníka a je někdy s podivem, jakého pokroku lze v průběhu studia dosáhnout. Mimořádnými a originálními jsou často i inovační projekty, které účastníci v průběhu studia zpracovávají (samozřejmě s využitím všech nově osvojených znalostí a praktik) a v závěru obhajují. Studium je ukončeno osobní certifikací na funkci Manažer kreativity a inovací.

Lektory studia jsou zajímavé osobnosti – přibude k nim letos ještě někdo?

I pro letošní studijní rok 2012/2013 jsme připravili několik novinek, které vyplynuly především z posledních jednání se zástupci zahraničních univerzit, zabezpečujících vzdělávání v této oblasti, stejně jako jednání s novými posilami lektorského týmu. Zmínila bych především známého prof. Milana Zeleného (jednoho z významných světových ekonomů z Fordham Univerzity / USA), který se bude věnovat

např. otázkám manažerského rozhodování, problematice otevřených inovačních řetězců, hodnocení možných rizik s cílem snižování nákladů, outsourcingu projekčních, výrobních a obchodních činností, stejně jako tréninku inovačních metod používaných úspěšně v podnikové praxi v Německu, SR, ČR i jinde ve světě apod. Pevnou součástí bude nově např. i problematika VSM (Value Stream Mapping), přesněji praktické využití mapování hodnotových toků jako jednoho z grafických nástrojů k analýze současného stavu procesů s cílem využití osvojených kreativních metod navrhout stav budoucí... Zajímavými by měly být i praktické ukázky implementace prvků TPM v procesech s cílem zvýšit možnosti zefektivnění výrobních zdrojů... Novou bude rovněž aktuální problematika koncepce společenského prospěchu CSV (Creating Shared Value) a její každodenní tvůrčí uplatňování a přínos ve společnostech nadnárodního typu. Lektorský sbor dále nově doplní Ing. Miroslav Hofman (kreativita a emoční inteligence), generální ředitel a předseda představenstva společnosti 2N TELEKOMUNIKACE, prof. Ing. Vítězslav Zamarský, CSc. (mezinárodní expert na inovační inženýrství, IS v inovačních procesech a problematiku trvale udržitelného rozvoje), jako VIP hosté vystoupí např. Ing. Zbyněk Frolík, majitel společnosti Linet, Ing. Dana Drábová, předsedkyně Státního úřadu pro jadernou bezpečnost, Ing. Jan

Světlík, majitel společnosti Vítkovice Machinery Group, doc. František Čuba, někdejší zakladatel legendárního JZD Slušovice, rádi bychom získali například Ing. Jana Czudka, generálního ředitele Třineckých železáren a další... Celý program je k dispozici na www.dtocz.cz.

Smí náklady platit studentovi firma? Může ho na ně také ve svém zájmu vyslat, přihlásit?

Samozřejmě, forma, o které se zmiňujete, byla zatím běžnou, i když v uplynulých letech jsme již zaznamenali účastníky, kteří si studium tzv. „samofinancovali“. Zajímavostí je rovněž skutečnost, že někteří z řad „osvícených“ zaměstnavatelů poskytují toto studium jako motivační, případně jako jednu z možností volby firemních benefitů. Vývoj poznání, znalostí a jejich možnosti mají neuvěřitelně rychlý spád. Pochopit a zvládnout tyto aspekty nebude lehké. Vniknout do podstaty tvořivosti a osvojit si ji, vědět jak postupovat při řešení řady úloh a často nemodelových situací, vyžadujících práci s nadhledem a následně „přetvořit“ invence do inovací, hlavně tomu je přizpůsoben rámec manažerského studia. Své zhodnocení na trhu si tyto aktivity jistě brzy najdou, ať už v oblasti marketingu a prodeje, logistiky, v organizaci podnikových zdrojů, procesů apod. Tradiční orientace na „pouhé“ využití technických příležitostí už dávno nestačí.

ptala se Eva Brixl

inzerce



dřevojas 

KOUPELNOVÝ NÁBYTEK

DŘEVOJAS, V. D.
PRAŽSKÁ 50
568 02 SVITAVY
TEL.: +420 461 653 931
EMAIL: INFO@DREVOJAS.CZ

www.drevojas.cz

Před zajíci a veverkami vás nikdo nevaruje

Martina Jirásková je Marketing Manager společnosti Kia Motors Czech s.r.o. V automobilové branži se pohybuje dost dlouho na to, aby mohla porovnávat zkušenosti z práce pro několik světových značek, a také může zobecňovat, mít svůj vlastní názor:

Léta se pohybuje na půdě automobilového průmyslu, nebo spíše marketingu v něm. Čemu vás to naučilo?

Snad jsem se za ta léta naučila něco o marketingové komunikaci, aspoň doufám. Ale já se vlastně pořád učím a pořád mě to ještě baví. Marketing a komunikace se neustále vyvíjí, do značné míry je to vlivem rozvoje digitálních médií, takže každou chvíli narazíte na něco nového. A jestli myslíte nějakou obecnou zásadu, ke které mě práce v marketingu přivedla – tak to je především nemyslet si, že už všechno vím, a být otevřený novým nápadům a vlivům. (A důležité pravidlo č. 2 – vždy můžete zvládnout ještě o jeden report víc, než jste si původně mysleli.)

Je dnešní marketing jiný než třeba před deseti lety?

Rozhodně. To musíte vnímat i jako konzument. Už jsem zmínila vliv digitální komunikace – chytré telefony, iPody vám poskytují úplně nové možnosti, dokážeme rozhybat tiskové inzeráty, virtuálně zprostředkovat zážitky z jízdy... o tom se nám před pár lety sotva zdálo. Fenoménem současnosti jsou sociální sítě, jakkoli je jejich význam pro marketing diskutabilní, musí se s nimi počítat. Ale i v klasických médiích se objevují nové formáty a styly komunikace.

Automobiloví importéři bývali u nás silnými inzerenty. Jak je tomu dnes?

Domnívám se, že jimi jsou i nadále, pusťte si v sezoně televizi nebo se projedte v Praze po Jižní spojce, kde je bigboardů propagujících vůz té či oné značky jako hub po dešti. Konkurence je neúprosná...

Vnímá vůbec zákazník ještě reklamu? Není přesyten?

Zákazník má, řekla bych, trochu otupělé vnímání. Lidé už jsou na všudypřítomnost reklamy zvyklí, se současným stavem věci se valná část veřejnosti nějak smířila a každý k tomu zaujal svůj postoj – od těch, kteří přepínají v době

reklamního breaku na jiný kanál, až po ty, kteří reklamu sledují a nechají se jí ovlivnit. Ale určitě je čím dál tím těžší vybočit z řady a zaujmout. Ale jsem si jistá, že to pořád ještě jde, jinak by to všichni v marketingu mohli zabalit...

Scania, Nissan, Kia – každá značka asi vtiskla do vaší profesní dráhy jinou stopu...

To nepochybně. Scania se lišila už jen tím, že to byl jiný typ produktu, tím pádem úplně jiný způsob komunikace. A začínala jsem tam v polovině 90. let... tehdy jsme opravdu všichni dělali všechno a učili se za pochodu... registrujete tu trochu nostalgie? Díky Nissanu jsem se posunula do sféry osobních automobilů, za což mu budu vždycky vděčná. V Kia jsem krátce, takže značka zatím nestačila nějak výrazně „vtisknout stopu“, ale jsem ráda, že jsem dostala tuhle příležitost, je to přesně to, co jsem vždycky chtěla dělat, tak chodím ráda do práce!

Chystáte nějakou novinku v komunikaci, v oslovení trhu?

My pořád chystáme nějaké novinky, ale prozrazovat dopředu je opravdu nebudu...

Vášim druhým domovem je auto. Myslíte si, že stres na českých silnicích někdy ubude?

Ne, ne, mým druhým domovem je kancelář, v autě už teď tolik času netrávím. Ale i přesto toho najezdím docela dost nejen po českých silnicích, ale i po Evropě, a mám dojem, že je to hlavně o úhlu pohledu. Pokud zažijete dopravní



Martina Jirásková

špičku v Paříži, zácpy na exponovaných italských dálnicích v sezoně nebo mnohahodinovou frontu na unijní hranici mezi Maďarskem a Srbskem, připadá vám potom i D1 docela v pohodě!

Kteří řidiči vás dokáží vytočit?

Já jsem docela v klidu, mě hned tak někdo nevytočí... Ale když už, tak takoví ti „samozvaní ochránci veřejného pořádku“, kteří jedou 110 v levém pruhu a za žádnou cenu neuhnou, případně vám zablokují vjezd tam, kam byste podle nich jet neměli...

Jaká dopravní značka se vám zdá zbytečná?

„Pozor krásy“ nebo jak se ta značka správně jmenuje. Nikdy jsem neviděla volně pobíhající krávu, která by vám skočila pod kola, naopak před zajíci, veverkami apod. vás nikdo nevaruje.

Co by měla s sebou vozit v autě každá žena? Neříkejte, že domácího kutila...

To snad ani ne... Kutil by vám maximálně vyměnil pichlou pneumatiku, s ničím jiným by vám stejně v autě nabitým elektronikou nepomohl. Každý (muže nevyjímaje) by měl mít v autě mobil (ale ten stejně všichni mají), číslo na asistenční službu a funkční lékárníčku, což možná zní trochu propagandisticky, ale bohužel jsem u pár nehod byla, tak vím, že to není zbytečnost. Ale abychom nekončili tak vážně, mně v autě rozhodně nesmí chybět dobrá muzika a časopis nebo knížka jako antistresor pro případ, že uvíznu někde v koloně.

otázku připravila Eva Brixl



Vyzkoušejte:

RANKO - Smetana ke šlehání



Odchod do důchodu

v nedohlednu...

Věk pro odchod do důchodu se prodlužuje, pracovat budeme ještě dlouho po šedesátce. K tomu budeme potřebovat především fungující tělo a dobrou psychickou kondici.

Zatímco v minulosti byl padesátník člověk, který je na konci svého aktivního života a pomalu se chystá na to, že svá kolena využije pouze na houpání vnučátek, dnešní padesátníci jsou jiní. Často na vrcholu pracovní kariéry, se spoustou aktivit a plánů do další padesátky. Velmi dobře vědí, že svou profesi budou vykonávat podstatně déle než jejich rodiče, a k tomu pochopitelně potřebují dobrou zdravotní kondici.

Tělo po padesátce potřebuje především pravidelnou péči a průběžnou prevenci. Nemusíte vynakládat velké nadlidské úsilí, nebo příliš mnoho času, abyste se naučili vše potřebné. Jak na to, se dozvíte prostřednictvím sedmidenního Programu 50+, který byl v Léčebných lázních Bohdaneč speciálně sestaven tak, abyste si příjemným způsobem osvojili základní pravidla

prevence a zdravého životního stylu přesně v tomhle věku.

V úvodu Programu 50+ projdete medicínským vyšetřením a zjistíte svůj aktuální zdravotní stav, podstoupíte konzultace s nutričními terapeuty a s fyzioterapeuty se naučíte vhodně se pohybovat a cvičit. Zároveň si skvěle odpočnete při masážích, léčebných koupelích, plavání a dalších relaxačních procedurách. Základem všeho totiž je – kromě prevence a průběžné péče – také pravidelný odpočinek a detoxikace organismu.

Co vás v Programu 50+ vás čeká:

- Vstupní lékařské vyšetření
- Konzultace s nutričním terapeutem
- Laboratorní diagnostika
- Perličkové koupele s přísadou máty nebo kosodřeviny
- Klasická částečná i celková masáž
- Skupinové cvičení v bazénu
- Skupinová rehabilitace
- Fit posilovna pod dohledem fyzioterapeuta
- Nordic walking
- Volný vstup do bazénu po celou dobu pobytu



Léčebné Lázně Bohdaneč se specializují na léčbu pohybového aparátu, ve které dosahují špičkových výsledků. Kromě léčebných pobytů poskytují řadu specializovaných relaxačních a wellness kúr pro zdraví, krásu a relaxaci. Lázně nově disponují moderním a rozsáhlým wellness centrem, ve kterém zajišťují relaxační a léčebné procedury, masáže, zábaly, vířivky, plavání a pobyt v sauně, páře nebo solné jeskyni.

(tz)



Jedinečná nabídka pojištění pro ženy

Česká podnikatelská pojišťovna, a.s., Vienna Insurance Group připravila pro ženy speciální cenově zvýhodněnou nabídku na všechny produkty investičního životního pojištění. Nařízení Soudního dvora EU pojišťovně ukládá povinnost sjednotit k 21. prosinci 2012 pojistné sazby životního pojištění mužů a žen. Podle dlouhodobých statistik ženy žijí déle než muži a tento fakt byl dosud v kalkulaci zohledňován nižším pojistným. Do data účinnosti rozhodnutí Soudního dvora EU lze sjednávat smlouvy ještě za stávajících příznivějších podmínek. „Proto jsme na toto přechodné období připravili pro ženy speciální akci v podobě zvýhodněné cenové nabídky na všechny naše produkty investičního životního pojištění,“ řekl ředitel úseku životního pojištění Marek Woitsch. V rámci kampaně chce ČPP ženy nejen informovat o zásadních změnách v souvislosti se sjednocením sazeb životního pojištění,

ale současně jim nabídnout také ideální řešení pro zajištění klidné budoucnosti. „Každé ženě poskytneme při uzavření nové smlouvy slevu ve výši 15 % na zajištění rodiny v případě jejího úmrtí,“ upřesnil M. Woitsch. Žádný jiný nástroj finančního trhu nedokáže pokrýt oblast životních rizik. Pouze kvalitní životní pojištění může zmírnit dopad tak závažných životních situací, jakými jsou úrazy, vážné nemoci, či dokonce úmrtí v rodině. „Je to produkt, který se dokáže přizpůsobit potřebám člověka v různých životních situacích a znamená finanční jistotu v případě nepředvídaných událostí,“ zdůraznil M. Woitsch. Životní pojištění jako jediný produkt umožňuje jak krytí životních rizik, tak současně výhodnou kumulaci kapitálu. Produkt zahrnuje navíc spořicí složku, která je podporována státem formou daňových úlev. Klienti ČPP si mohou odečíst od daňového základu částku až 12 000 Kč.

(tz)



Vyzkoušejte:

RANKO - Sýry



Podnikání je vždycky nejistota a riziko

Mgr. Pavlu Zálešákovou, majitelku společnosti TECH-TRADE, s.r.o., z Hodonína, jsem poprvé viděla při loňském vyhodnocování soutěže Ocenění českých podnikatelek v Praze. Zvítězila v kategorii Střední společnost. Ten večer působila nadmíru skromně a odmítala ze sebe dělat hvězdu. Při vyprávění svého podnikatelského příběhu patrně tušila, jak může být někdy „sláva“ nebezpečná a že s ní musí člověk nakládat opatrně.

Všichni s ní ten večer souhlasili a rozuměli jí. A tleskali s radostí, neboť na pomyslných stupních se ocitla především tím, co dokázala, stejně jako další osobnosti „rodu ženského“. Odvahou vstoupit do světa businessu, plí i čestným jednáním. Možná tvrdošijností, určité cílevědomostí, jistě pevnou vůlí. Když se promítalo video – její medailonek, říkala jsem si, že ten, kdo se nechá inspirovat a načerpá trochu její energie, bude na dobré cestě. Téměř po roce jsem si troufla položit pár otázek:

Vzpomenete si na rozhodnutí, kdy jste si řekla, že budete podnikat?

Co vás k tomu provokovalo?

Události v listopadu 1989 přinesly nové možnosti. Impulz vzešel od mých blízkých. Byla jsem vždy podnikavá, činorodá, nastal nejvyšší čas ke změně: teď, nebo nikdy. Ze školství se mi neodcházelo lehce. Kantořina mě bavila. Řešila jsem dilema, zda platí „Ševče, drž se svého kopyta“ anebo „Změna je život“...

Byla to jediná cesta, kudy jste tehdy mohla jít?

Ne, vždy je více možností. Začátky nebyly lehké. Na počátku jsem zůstala bez práce. Nedokázala jsem rezignovaně sedět

doma. Začala jsem se orientovat v oboru celní deklarace, nastudovala si daňový systém, zaplatila kurzy, získávala klienty a budovala si kredit. Pokud je člověk zdravý a práce schopný, měl by aktivně práci hledat a nepřestat se vzdělávat. Pak má předpoklady být soběstačný, nezávislý, případně vytvořit další pracovní místa.

A kdybyste věděla, co všechno vás čeká, přesto byste do businessu vstoupila?

Ano. Dovedu si představit podnikání i v jiném oboru, např. soukromém školství. Láká mě práce s hendikepovanými.

Jaká byla první zakázka? A jak jste si o další vlastně řekla? Odkud přišly?

První zakázky se týkaly celní deklarace v oblasti vzduchotechniky. Díky deklarování jsem začala rozumět i pojmu vzduchotechnika. Čilý import a export po roce 1989 způsobil poptávku po lidech, kteří umí zpracovat potřebné doklady. Firmy si předávaly tipy na lidi zorientované v tomhle oboru. Napočítala jsem kolem 70 firem, pro které jsem jako OSVČ pracovala. Byla to zajímavá, pestrá činnost. Z počátku jsem zvládala obojí, deklarovat i pracovat pro firmu. S rozvojem firmy vznikla nutnost deklarování omezit.

Musela to být zpočátku velká nejistota...

Podnikání je vždycky nejistota a riziko. Je nutno dokázat nejistotu potlačit, rozložit a minimalizovat rizika, mít promyšlený krizový plán. Navíc v dnešní, ekonomicky příliš labilní době, nikdo nemůže nic garantovat. Je třeba nezломit se pod tíhou veškeré odpovědnosti a závazků, kterou podnikání a řídicí funkce s sebou nesou.

Nicméně firma roste, získala jste významné místo v OCP. Jistě to není náhoda.

Pokládám to za náhodu, dokonce za omyl. Sešly se faktory, které způsobily, že jsme zvítězili. Slušných a dobře prosperujících firem ve vlastnictví žen je mnoho. Klubová setkání mnohé pozitivní napoví. Firma by neexistovala a nebyla tam, kde je bez mého partnera Ing. Jana Zahrádky, charismatické osobnosti a technického mozku firmy. V žertu říkáváme, že mám na starosti cash flow a on air flow.

Kdy jste začali exportovat a co tomu napomohlo?

V oboru exportu výrobků z plechu se pohybujeme od svého vzniku v roce 1994. Svoji roli sehrála orientace v oboru, odvaha oslovit potenciální klienty, nezkatit první zakázky. Dlouhodobě korektnost, profesionalita, flexibilita, předvídatost, inovace.

V oboru vzduchotechniky se orientuji, ale nejsem odborník. Myslím, že pro úspěšnost obchodního jednání není nejpodstatnější perfektní znalost oboru.

Také vás potkaly nejrůznější hříčky osudu...

Jako každého. U pozitivních je třeba neusnout na vavřínech, u negativních nepropadnout beznaději, najít

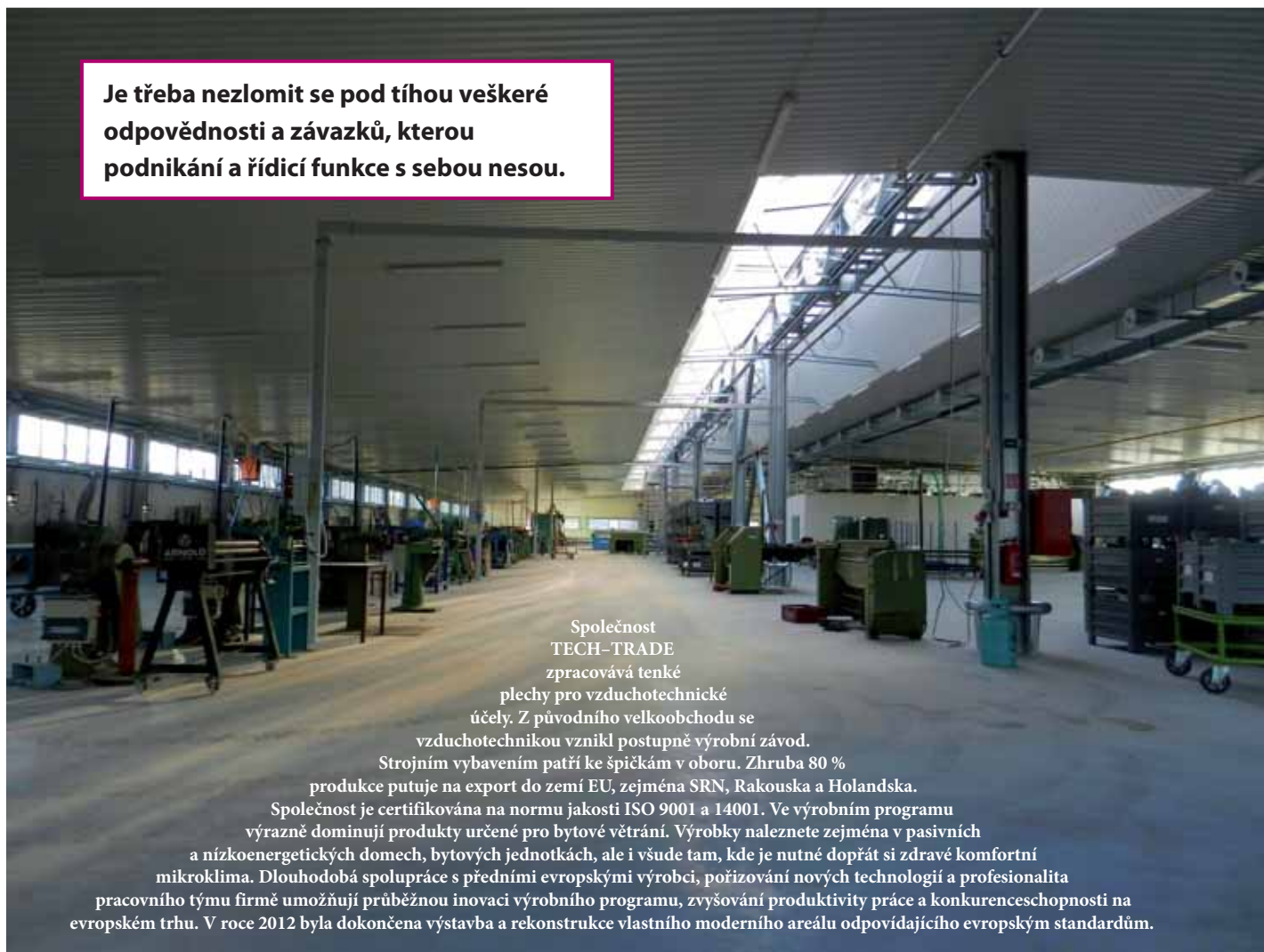
východisko, pokračovat v práci, nevzdat se.

Potřebovala jste někdy úvěr, anebo jste investovala až poté, co jste peníze vydělala?

Bez dobrého podnikatelského záměru a kreditu vám nikdo úvěr neposkytne. Začínali jsme úplně od nuly. Na investice si firma musela vydělat. Až poté, co se nám začalo dařit, firma se rozvíjela s dobrým

Mgr. Pavla Zálešáková

Je třeba nezломit se pod tíhou veškeré odpovědnosti a závazků, kterou podnikání a řídicí funkce s sebou nesou.



Společnost
TECH-TRADE
zpracovává tenké
plechy pro vzduchotechnické
účely. Z původního velkoobchodu se
vzduchotechnikou vznikl postupně výrobní závod.
Strojním vybavením patří ke špičkám v oboru. Zhruba 80 %
produkce putuje na export do zemí EU, zejména SRN, Rakouska a Holandska.
Společnost je certifikována na normu jakosti ISO 9001 a 14001. Ve výrobním programu
výrazně dominují produkty určené pro bytové větrání. Výrobky naleznete zejména v pasivních
a nízkoenergetických domech, bytových jednotkách, ale i všude tam, kde je nutné dopřát si zdravé komfortní
mikroklima. Dlouhodobá spolupráce s předními evropskými výrobci, pořízování nových technologií a profesionalita
pracovního týmu firmě umožňují průběžnou inovaci výrobního programu, zvyšování produktivity práce a konkurenceschopnosti na
evropském trhu. V roce 2012 byla dokončena výstavba a rekonstrukce vlastního moderního areálu odpovídajícího evropským standardům.

► ratingem, byly banky schopny a ochotny nám úvěr poskytnout. Potřeba úvěru nastala až tehdy, co vyvstala nutnost nahradit pronajaté prostory vlastním výrobním areálem.

Jako jedna z mála žen u nás rozumíte vzduchotechnice. Pomohlo vám to výrazně v nějakém obchodním jednání?

V oboru vzduchotechniky se orientuji, ale nejsem odborník. Myslím, že pro úspěšnost obchodního jednání není nejpodstatnější perfektní znalost oboru. Jeden novinář mi řekl, že laikovi náš obor mnoho neříká. Ožila ve mně kantorka a pokusila se formulovat široké veřejnosti srozumitelnou definici vzduchotechniky. Tak, jako do bytu trubkami přitéká čistá voda



a jinými odtéká znečištěná, podobně je to i se vzduchem. Vyrábíme rozmanité roury a tvarovky pro přívod a odvod vzduchu.

Fata morgana lásky

Pavla Zálešáková

Láska kvete v každém věku
zjištění k pláči nebo k smíchu
hodit přes city tlustou deku
vypnout srdce mozek míchu
poslouchat rozkazy
plnit si příkazy
odpovídat dotazy
hlídat si průkazy
odrážet podrazy
předvídat nárazy
než člověk narazí
na fata morganu lásky
když u očí do vějířků vrásky
stáří má něžné sedmikrásky
aby zjistil
co nepůsobí blaze
láska že podlehne vždy zkáze
a dojemně pevně tvrdí dál
že pozdní nečekané lásky
podzimu života jsou žádostivé krásky
ač ty předešlé
život dal i vzal...

Nezávidí vám někteří muži, že jste „ovládla“ právě tento obor?

To by se museli vyjádřit ti muži. Obor jsem neovládla, spíše ovládl mě. Poslední léta se orientujeme zejména na bytové větrání. S výstavbou nízkoenergetických domů a utěšňováním obytných prostor vznikla velká poptávka po komfortním a zdravém mikroklimatu. V nevětraných bytech se tvoří plísně a je v nich nedostatek kyslíku.

Vychovala jste tři děti – bude některé z nich vaším pokračovatelem?

Momentálně žádný, v budoucnu možná všechny tři. V jejich věku jsem netušila, co mě čeká, člověk se celý život vyvíjí.

Co jste se snažila jim vštípit?

Neponižovat se před nikým a nad nikoho se nepovyšovat. Spoléhat se na sebe, pomáhat slabším. Samostatnost, nezávislost. Mluvit pravdu, vzdělávat se, nebát se, nepodlehout konzumnímu způsobu života. Být slušným člověkem.

Jakou lidskou vlastnost ctíte a co nesnášíte?

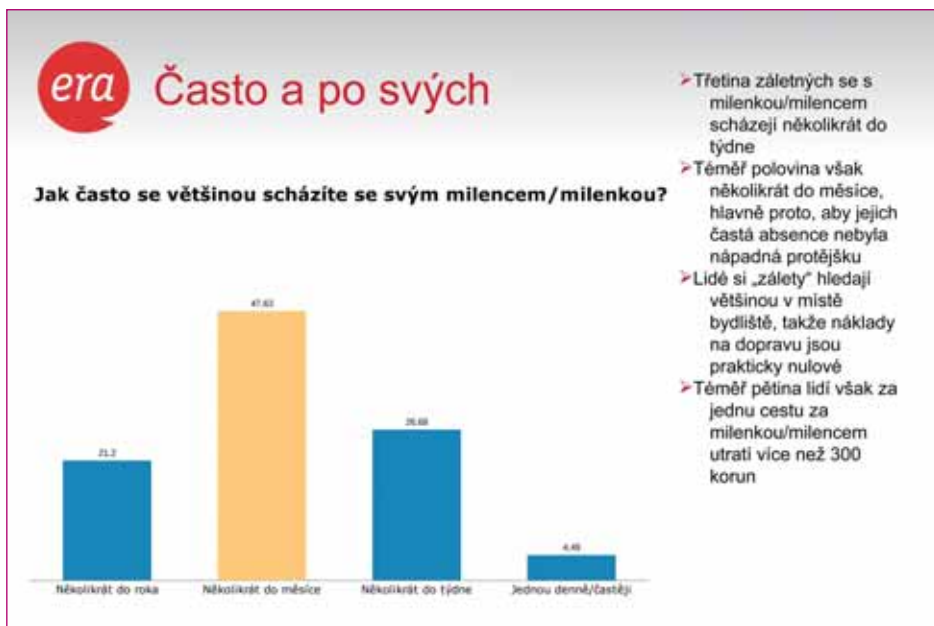
Ctím pokoru. Nesnáším aroganci.

připravila Eva Brixi

Nevěra ohrožuje finance českých domácností

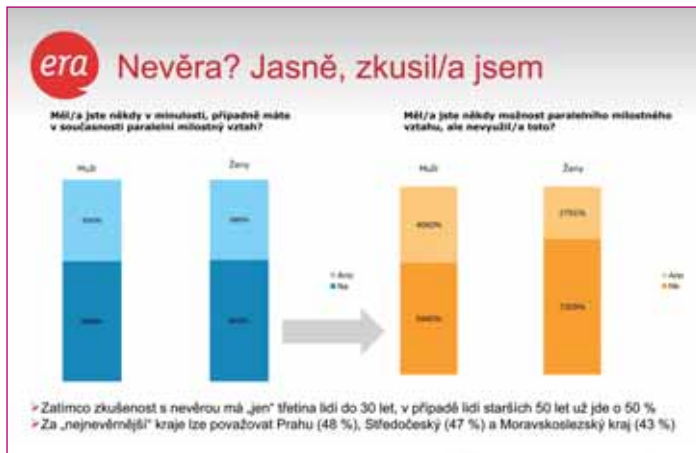
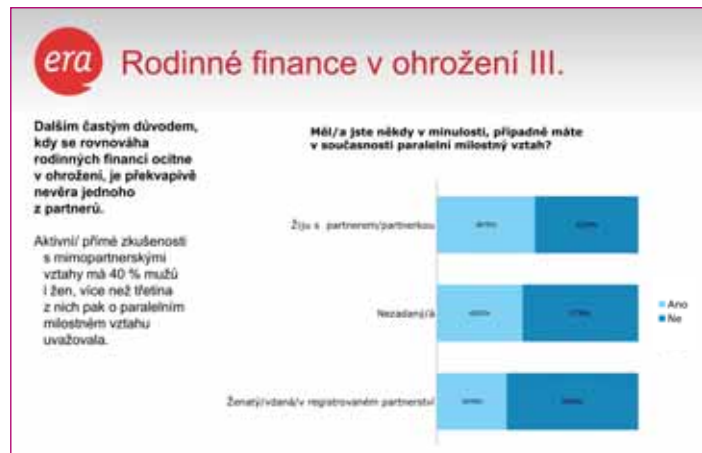
Že a jak se dotýká rodinných financí záletnictví manželů, nevěra, užívání si tajných lásek, o tom mnozí z nás nemají ani tušení. Ale je to tak, ať chceme, či ne. Rozkoš a pohoda s partnerem, s nímž nesdílíme společnou domácnost, ale vídáme se jen občas, jsou nákladné. Telefony, restaurace, hotely, dárky... Toto tvrzení podpořila svými více než zajímavými informacemi Era.

České domácnosti mají stále značné rezervy v rozumném zacházení s financemi. Více než třetina z nich je v přímém ohrožení dluhové pastí. Nejčastějšími důvody nevyrovnaného hospodaření jsou přílišné zadlužování, držení úspor na nevhodných finančních produktech a překvapivě také nevěra jednoho z partnerů. Vyplývá to z průzkumu Ery.



„Nepřilíš uspokojivý stav financí v českých domácnostech je často zapříčiněn také nedostatečným zájmem obou partnerů o správu společných peněz,“ vysvětlil Aleš Pospíšil, výkonný ředitel Řízení segmentů Poštovní spořitelny. Uvedl, že podle průzkumu české rodiny využívají následující modely: Vše je naše – tento model využívá 37 % domácností, je to velmi otevřený model, ve kterém platí, že rodina považuje všechny finance za společné a využívá pouze jeden účet. Moje je moje – striktně oddělený systém

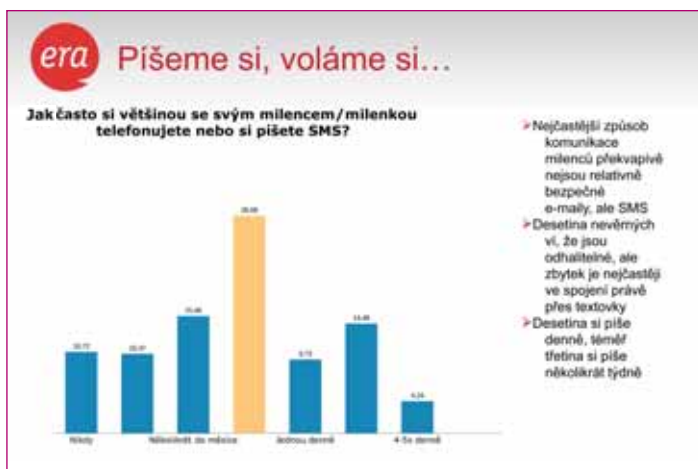
hospodaření, který je typický pro partnery, nebo několikátá manželství a funguje v něm 41 % českých domácností. Spolu na dvou účtech – model, který je spíše neobvyklým, vzniká z historických, nebo bezpečnostních důvodů a v Česku jej využívá 13 % domácností. Jak se ukázalo, i v rámci rodiny jsou Češi převážně sólisti a neradi se o peníze, které sami vydělali, dělí. Z toho vzniká pocit, že si mohou se svými penězi nakládat podle vlastního uvážení, což má dříve či později na domácnost jako takovou zničující vliv, neboť z ní mizí pro rodinu



Vyzkoušejte:

RANKO - Balkánský sýr



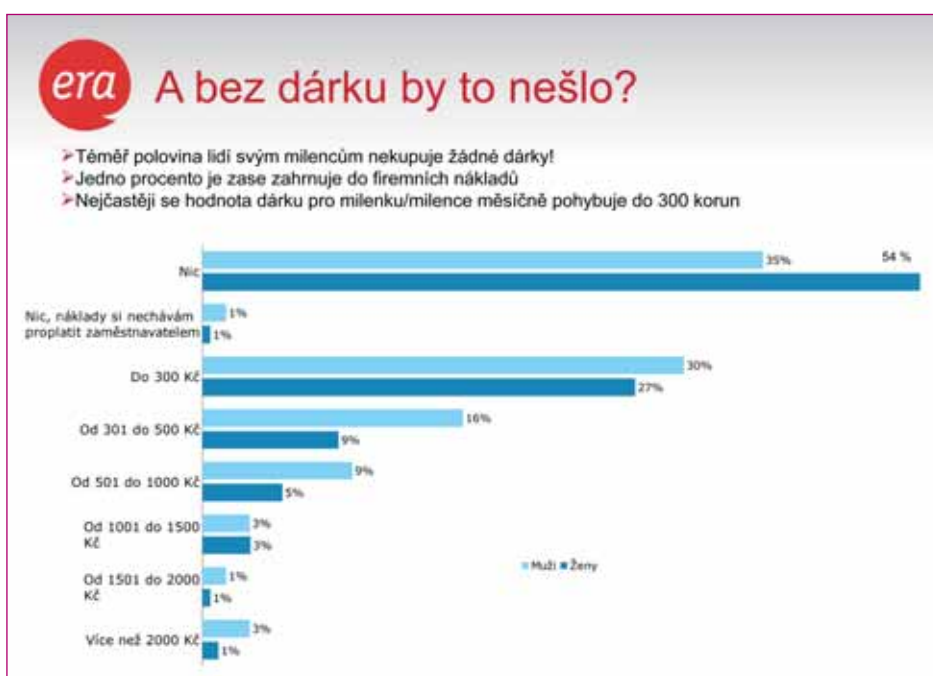


► důležitý prvek společného rozhodování. Nejčastějšími aspekty, které vyváženost rodinných finančních ohrožují, jsou zadlužování (za poslední rok vzrostl podle ČNB počet osobních bankrotů téměř dvojnásobně), skutečnost, že si rodiny nevytvářejí pro případ nenadálých výdajů nebo výpadku příjmu rezervu (ta by se měla optimálně pohybovat na úrovni šesti měsíčních příjmů) a držení úspor na nevhodných finančních produktech, které jim nezajistí patřičný výnos. „Dalším důvodem, kdy se rovnováha rodinných financí ocitne v ohrožení, se však překvapivě ukázala také nevěra jednoho z partnerů,“ upozornil Aleš Pospíšil. Podle průzkumu se to týká 40 % českých domácností. Ačkoliv se nevěrní partneři snaží za svůj „zálet“ ušetřit, dosahují náklady na milenku či milence značných částek. Platby za telefony, dárky,

restaurace, kulturní akce, nebo dokonce za soukromí, jako jsou azyly pro milence, penziony či hotely, se nejčastěji pohybují kolem 2500 korun měsíčně. „Nevěra se tak může významným způsobem podepsat na kvalitě a rovnováze rodinných financí, neboť představuje polovinu výdajů, které české domácnosti průměrně vynaloží na potraviny a bydlení,“ varoval Aleš Pospíšil. Dokonce i u jedinců, kteří za svůj mimopartnerský vztah utrácí



minimálně, dosahuje roční útrata za nevěru částky nad 20 tisíc korun, za což se dá pořídit zahraniční zájezd pro dvě osoby.



Jediným možným způsobem, jak zajistit vyváženost rodinných financí, a přitom kontrolou a podezíráním nenarušit křehkost vzájemné partnerské důvěry, se ukazuje následující:

- Jako optimální model rodinných financí se z tohoto hlediska ukazuje „Vše je naše“.
- Ze společného účtu jsou hrazeny všechny společné výdaje (nájem, energie, benzín, stravné pro děti atp.), zatímco na soukromé koničky má každý z partnerů měsíčně vyhrazeno předem domluvenou částku.
- Jakýkoliv neplánovaný výběr hotovosti z účtu by měl být odsouhlasenými oběma partnery.
- Ačkoliv výpis z účtu chodí nejčastěji na adresu nebo e-mail jednoho z partnerů, měl by být přístupný k nahlédnutí i tomu druhému.
- Partneři musí být obeznámeni se všemi svými příjmy, aby se zamezilo odkládání výjimečných příjmů mimo společný účet.

(tz)



Vyzkoušejte:

RANKO - Smetany



Podle M. D. Rettigové



Pokud chcete přenést svoji chuť zpět na přelom 18. a 19. století, tak se vydejte do Hotelu Academic v Roztokách u Prahy. Tamní šéfkuchař Lukáš Turek se nechal inspirovat nejznámější českou autorkou kuchařek Magdalenou Dobromilou Rettigovou a servíruje hostům v září menu dle tehdejších receptur.

Pro hosty to znamená poctivou českou kuchyni, kdy polévka je grunt. Nechybí však ani vydatné hlavní chody završené moučnickem. Oblažte své chuťové buňky polívkou tak zvanou bavlněnou, fašírovaným roštěncem a smaženými zemčátky nebo hovězím masem se zázvorem, které se podává se sádlovými plackami. Jako moučník bude podáván rejžový puding s omáčkou meruňkovou. „Domácí kuchařka Magdaleny Dobromily Rettigové byla po mnoho generací takřka bestsellerem. Jednoznačně k tomu přispěla jednoduchost, osobně vyzkoušené praktické tipy i to, že byla jako jedna z mála psaná česky a určena široké veřejnosti,“ vysvětlil Lukáš Turek, šéfkuchař Hotelu Academic. „Přestože byla většina receptur navržena s ohledem na širokou dostupnost surovin, tak ani receptům ze vzácnějších cizokrajných ingrediencí se nevyhýbala. Své uplatnění našly při mimořádných událostech, jako byly svatby, občerstvení vážených hostů nebo posvícení. Přestože je zažité, že kuchyň ála Rettigová je kalorická a odporuje zdravému životnímu stylu, tak málo kdo ví, že doporučovala menu plné masa, zeleniny, ovoce a ryb. Jako kuchařka ráda experimentovala, využívala často i části surovin, které byly v té době v kuchyni považovány za odpad, jako například plíce či srdce. Moučnickům, které byly pomyslnou tečkou hostiny, věnovala dokonce samostatné dílko,“ dodal Lukáš Turek. Hotel a kongresové centrum Academic se nachází v klidném centru Roztok u Prahy. Vzdálenost od hlavního města je pouhých

7 km (metro A – Dejvická) a 13 km od letiště Praha Ruzyně. Společně s obytným a obchodním komplexem tvoří jeden architektonický celek nového náměstí. Hotel se navíc stal tento rok vítězem středočeské části soutěže Czech Hotel Awards v kategorii kongresových hotelů. Hotel Academic nabízí ubytování v 51 klimatizovaných a komfortně vybavených pokojích s televizí se satelitním příjmem, trezorem a přípojkou na internet, s celkovým počtem 121 lůžek. K dispozici jsou konferenční prostory s celkovou kapacitou až 300 míst. Všechny jsou vybaveny moderní kongresovou technikou, hotel poskytuje kompletní konferenční servis. Nejen pro hotelové hosty, ale i pro ostatní návštěvníky jsou k dispozici tři gastro provozy, které mimo jiné umožňují pořádání svatebních hostin či rodinných oslav. Pro vaši zábavu jsou připraveny čtyři bowlingové dráhy s profesionálním vybavením, na kterých můžete prověřit

svou kondici a strávit příjemné okamžiky se svými kolegy či přáteli. K odpočinku a relaxaci slouží hotelová sauna. V komplexu je samozřejmostí připojení k internetu zdarma, parkování v podzemním parkovišti, hotelový transfer na místo vašeho určení či nabídka širokého spektra výhodných balíčků.

(tz)

KUPEG
ÚVĚROVÁ POJIŠTOVNA

Silní věří silným
www.kupeg.cz

Novinky pro muže

ČSOB vkladové bankomaty dobře slouží podnikatelům

Možnost pohodlného uložení peněz na účet přes vkladové bankomaty je mezi klienty ČSOB stále oblíbenější. Během první poloviny letošního roku si tímto způsobem klienti vložili na svá konta přes 3 miliardy korun. Od ledna do června bylo uskutečněno bezmála 175 tisíc vkladů, přičemž vklady využívají především podnikatelé. „Obliba depozitních bankomatů v posledních měsících skutečně stoupá. Skvěle to ilustruje meziroční srovnání ledna 2011 s lednem letošním. Počet

i objem vkladů přes tyto bankomaty vzrostl více než dvojnásobně,“ řekla Jana Opršalová, výkonná manažerka segmentu Platební komfort ČSOB. „Do konce roku 2012 bychom měli našim klientům nabídnout dalších 22 vkladových bankomatů po celé České republice a dostat se tak celkově na 80,“ dodala. Klienti mohou služeb bankomatů, které umožňují hotovost nejen vybírat, ale také vkládat, využít už na 58 místech po celé České republice. Vkladové bankomaty jsou k dispozici 24 hodin denně 7 dní v týdnu

a každý vklad je zdarma. Klient může vkládat bankovky v českých korunách, peníze je možné vložit i na účet jiné osoby vedený v ČSOB. V rámci jednoho vkladu je možné vložit až 350 tisíc korun. Vkladové bankomaty nabízí řadu výhod jak pro běžné klienty, tak pro podnikatele. Prostřednictvím speciálních Vkladových karet mohou zaměstnanci firem vkládat hotovost na zvolený účet, aniž by měli možnost disponovat s prostředky na účtu. Podnikatelé tak mají možnost odvodů tržeb pohodlně a zdarma.

(tz)

Mlýnky na mák

pro milovníky švestkových knedlíků

Jestli si dokážete představit konec léta bez švestkových knedlíků, koláčů a jiných dobrot, k nimž je potřeba umlít mák, pak jste ještě neochutnali asi to pravé... nikoli ořechové, ale švestkové a makové. Jenže ona radost z takové dobroty není jen tak – hodně záleží na správně umletém máku... To by vám potvrdila také ekonomická a obchodní ředitelka výrobního družstva Jihokov v Českých Budějovicích Ing. Jana Carová. Nejen o tom jsou následující řádky...

Je to už pěkných pár desítek let, co figuruje Jihokov na českém trhu. Jak dnes vnímáte vaši historii?

Naše družstvo bylo založeno v roce 1952. Dnes jeho historii vnímáme s trochou nostalgie. Mělo přes 500 členů, byli zde soustředěni zlatníci, rytci, hodináři, zámečníci, nástrojaři, razítkáři. Samé atraktivní profese. Postupně se rozšiřovala kovovýroba, sériově se začal vyrábět kempinkový nábytek, strojky na strouhanku, přibýlo autoopravárenství. Tento trend byl až do roku 1989. Poté odešli pracovníci mnoha těchto profesí do soukromého sektoru, začali sami podnikat. V současné době máme na 50 zaměstnanců a 3 výrobní provozovny.

Letošní rok je dobou výrazných změn ve vašem výrobním družstvu. Oč jde především?

V letošním roce došlo k prodeji administrativní budovy, výroba nebyla schopna zajistit finanční prostředky na její opravy a údržbu, nemohli jsme nájemcům zajistit dobrou úroveň služeb a úsporu nákladů energií. Byla postavena v roce 1968 a již nevyhovovala moderním potřebám. Prostředky z prodeje budou použity na udržení výrobních provozoven, modernizaci výrobního zařízení.

Výrobní program Jihokovu je pestrý. Nač sázíte při inovacích?

Při inovacích sázíme na kvalitu, protože tradice a dobré jméno Jihokovu je pro nás stále na prvním místě. Nevyrábíme produkty, které po sezoně či po dvou letech vyhodí zákazník do odpadu. V současné době však rozhoduje cena, kvalita je často zbytečně odsouvána na poslední místo. A to nás moc mrzí.



Ing. Jana Carová

Podzim je dobou švestkových knedlíků, makových koláčů, posvícení... Mlýnky na mák, které nedílně patří do vašeho sortimentu, dělají v kuchyni mnoha ženám určitě jen radost. Jak jdou na odbyt?

Po vyřešení všech počátečních problémů a zavedení výroby jsme dosáhli opravdu vysoké jakosti těchto nerezových mlýnků na mák. Jsou s ním spokojeni zákazníci v zahraničí – Slovensko, Německo, Rakousko. Ale i naše hospodyňky nám zaslávají kladné ohlasy. Někdy ani slévárna nestačí dodávat potřebné díly. Ani nevíte, jak to těší.

Vy sama vaříte a pečete ráda? I ty švestkové knedlíky nebo makové buchty?

Peču ráda, bohužel čas je jen o dovolené a před Vánoci, víkendy raději trávím na

chatě a u vody - rybolovem se krásně pročistí hlava od pracovních problémů. Někdy s sebou vozím i ty buchty.

Takže váš čas... Jako žena v manažerské pozici ho určitě nemáte nazbyt.

Času je opravdu velice málo, s přibývajícím věkem (jsem na tom přesně jako naše družstvo) vše letí neuvěřitelně rychle. To je asi pro všechny manažerky stejně velký problém. A sama nevím, jak to změnit k lepšímu.

Jednání se zákazníky-odběrateli jsou stále složitější, otázka ceny je takřka nejdůležitější. Jsou však i jiné prvky, na nichž vždy stával dobrý obchod – korektnost, etika, slovo gentlemana. Má cenu o tom vůbec ještě přemýšlet?

Jako absolventka VŠE – obor zahraniční obchod – jsem byla vedena k zásadám slušného obchodování, etice, dochvilnosti a férového jednání. Bohužel již posledních několik let tyto zásady při jednáních často postrádám. Ráda bych ještě zažila slušné, korektní gentlemanské dohody. To mi moc chybí.

rozhovor připravila Eva Brixí



Podnikat se mohou ženy naučit i v bezplatných kurzech

Ženy jsou často díky rodinným povinnostem izolovány od pracovního prostředí, což vede k oslabení pracovních návyků, dovedností a někdy i ke ztrátě sebedůvěry. Řada zaměstnavatelů navíc nedělá žádné kroky, které by soulad rodinného a pracovního života zlepšovaly. Změnit to chce Centrum podpory podnikání Praha. Projekt, který odstartoval v červnu 2012, je financován z prostředků ESF prostřednictvím Operačního programu Lidské zdroje a zaměstnanost a státního rozpočtu ČR.

„Mladé ženy, které vlastní rodinu plánují, a ženy pečující o děti mají časté problémy s uplatněním. Pro velkou část žen v této situaci může přitom samostatné podnikání se svou značnou časovou flexibilitou představovat efektivní řešení. Jejím většímu užití brání rozšířené stereotypy spojené s postavením žen ve společnosti, které se nezdají být s podnikáním slučitelné a málo informací o výhodách při zahájení podnikání při mateřské či rodičovské dovolené,“ uvedla koordinátorka projektu Lucie Mazalová. Projekt občanského sdružení Centrum podpory podnikání Praha, proto nabízí až do března 2015 ucelený

motivačně-vzdělávací program pro ženy všech věkových kategorií z Kladna, Berouna, Rakovníka, Slaného a Kralup nad Vltavou. Jelikož je projekt financován převážně z prostředků EU, jsou kurzy, občerstvení i hlídání dětí v rámci kurzu pro účastnice zdarma.

A o jaké kurzy vlastně jde?

„Jedná se o kurz ‚Začínám podnikat‘ – ten je zaměřen na zakládání firem a živností, kurz ‚Efektivní využití ICT v podnikání‘ a ‚Základy ICT‘ – oboje zaměřeno na počítače a informační gramotnost, ‚Účetnictví a finanční řízení‘ a konečně ‚Efektivní reintegrace na trh práce

a její harmonizaci s rodinným životem. Ten je přitom doplněn o víkendový trénink,“ vyjmenovala Lucie Mazalová. Cílovou skupinou jsou ženy absolventky, nezaměstnané, na mateřské či rodičovské dovolené, ženy v předdůchodovém věku. V celkovém počtu 150 účastnic se zařazením 40 již začínajících podnikatelek – zbývající část mají tvořit ženy, které o podnikání teprve uvažují.

Více informací:

Centrum podpory podnikání Praha, o.s.

Jaroslav Kovář

e-mail: cppp@cppp.cz

www.cppp.cz

tel.: 312 610 103



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



OPERAČNÍ PROGRAM
LIDSKÉ ZDROJE
A ZAMĚSTNANOST



CENTRUM PODPORY PODNIKÁNÍ PRAHA, o.s.

PODPORUJEME
VAŠI BUDOUCNOST
www.esfcr.cz

Koho a co mám ráda

...na Estée Lauder?

Vše voňavé a barevné evokuje víc, než by se na první pohled mohlo zdát. Ano, mám na mysli parfém. Oči cestují po flakonu neobyčejných tvarů. Zkoumají barvu skla, z níž je lahvička vyrobena. Představují si, jaká může být ta záhadná tekutina uvnitř – snaží se přes sklo rozluštit malé tajemství. Poté se nejspíše odhodlají otevřít a přivonět. Buď je to trefa do černého, či nikoli. Ale lidé se mění a vkus také, takže u parfémů platí více než kdekoli jinde, nikdy neříkej nikdy. Jenže co parfém činí pro jednotlivce tak klíčovým? Jistě přesně víte, proč se ke svému oblíbenému parfému neustále vracíte. Vůně v lidech vyvolávají vzpomínky a podbarvují zážitky jedinečným způsobem. Mají dar dotvarovat osobnost. To je jejich přidaná hodnota. Parfém není jen módní doplněk, doprovází nás celý život – nikdy nezapomeneme, jak vonělo dětství, maminka, první velká láska. A stačí, aby vzduch přinesl jen pár drobných molekul onoho elixíru osobních vzpomínek a v hlavě se hned začnou rojit pro většinu z nás snad krásné myšlenky, zážitky ovoněné emocemi a vřelostí. Chytnete za srdce a roztančí přítomnost. Jindy naopak uklidní ve stresujícím dni plném povinností. Vůně mají zázračný dar působit na naše vnímání. S jejich

pomocí můžeme proměňovat jako alchymisté svoji všední realitu. A tak jsem jednoho slunečného zářivého dne loňského roku potkala jedno z „jablíček“ od Donny Karan DKNY, která jako značka spadá pod Estée Lauder. Tehdy to byla novinka – lahodné Golden Delicious. Jeho zlatavá barva a jednoduchý a přitom důmyslný flakonek mne přitáhl k výloze parfumerie. Jen jsem ho viděla, před očima se mi vytanuly všechny ty úžasné teplé podzimní barvy a voňavý vzduch. Podzim vůním svědčí. Nedalo mi to a toužila jsem objevit kouzlo onoho roztoku na „vlastní čich“. Stiskla jsem rozprašovač a vůni nejprve nechala rozležet na papírku. Dlouho jsem neváhala a zkusila jsem, jaké bude spojení parfému s mou kůží. Po několika okamžicích jsem si přivoněla. Otevřel se přede mnou jablonový sad při sklizni, nesmírný nával pohody a lehkosti, s níž jsem zřídka kdy kráčíte po vlhkých a hustou mlhou zavalených ulicích. Donna Karan DKNY Golden Delicious ve mně rozjiskřil tolik optimismu, že by před jím vyvolanými paprsky dobré nálady neobstála ani ta nejhutnější ocelová mračna. A o tom pro mě parfém je! Má rozzářit nejen člověka, ale i celý jeho svět. Není to jen trendy módní doplněk, nýbrž součást aury každého dne. A je přeci milejší, pokud je taková aura radostná a hodná zapamatování, nemyšleťe!



Kateřina Šimková

Jak zatočit s nebezpečnou únavou za volantem



Na začátku cesty se možná cítíte za volantem svěží a ostražití, ale po stovce kilometrů se dostaví únava. Přejde pozvolna a nenápadně a s ní i nebezpečné důsledky: ospalost, snížení pozornosti i schopnosti rychle reagovat. Jestliže nechcete během řízení zbytečně riskovat, zkuste zastavit a protáhnout si tělo pomocí nové metody INFINITY. Michaela Tomanová, primářka Rehabilitačního ústavu Brandýs nad Orlicí, vám poradí, jak na to.

Tělesná i psychická únava se sice dostavuje u každého člověka individuálně, ale po 180 ujetých kilometrech je přestávka vhodná pro všechny. „Po delší jízdě o sobě obvykle dávají vědět bolesti krční páteře. Paže a předloktí jsou kvůli dlouhodobému držení volantu také unavené a nepříjemně ztuhlé. Bolet začíná i bederní páteř a ramena. Dlouhá cesta je pro lidský organizmus stresující. Tento stres může vyvolat právě ztuhlost šíjových svalů. S ohledem na zvýšené riziko nehody by řidiči rozhodně neměli únavu svalů i celkovou únavu organismu podceňovat,“ upozornila Michaela Tomanová.

...na odpočívadle

Zacvičit si můžete na odpočívadle. Na řidiče působí velmi dobře uvolnění a protažení páteře s předklonem nebo záklonem a propnutými pažemi, které pohybem opisují tvar pomyslné ležaté osmičky, což je základní princip metody INFINITY. Cviky by měly být pomalé a plynulé bez trhavých pohybů. Můžete cvičit odděleně například v oblasti krční, hrudní a bederní

páteře ale také tak, že se pohyb přenáší na celé tělo. Vsedě i ve stoje přenášejte při pohybu váhu ze strany na stranu. „Osmičku opisujete vždy třikrát jedním směrem a poté třikrát směrem opačným, postupně v různých rovinách i směrech. Z počátku provádějte téměř neviditelný pomalý pohyb, tzv. mikropohyb. Následně můžete zvýšit velikost ležaté osmičky i prováděnou rychlost cvičení,“ popsala metodu INFINITY Michaela Tomanová, která ji vyvinula.

...v sedadle auta

Několik minut strávených cvičením INFINITY je podle lékařky mnohem účinnější než káva vypitá v motorestu. Cvičit lze i v parkujícím autě. Nejprve je nutné zajistit správné sezení a držení těla ve vertikále a také si správně seřadit sedadlo, eventuálně i volant. Cvik provedete tak, že si sednete vzpřímeně a opřete se o sedadlo celým trupem i hlavou. Rukama a propnutými pažemi se opřete o volant. „Horními končetinami lehce



zatlačte do volantu, dolními končetinami do podlahy auta, odtlačte se zadečkem, zády, hrudníkem a hlavou, vše jen jemně. Současně lehce stahujte spodní část zadečku i pánevní dno,“ komentovala možnosti, které řidiči mají. „Vytáhněte hlavu nahoru a vše proveďte dohromady, jako byste chtěli vstát a celé tělo mělo tendenci se samo vzpřímit a narovnat. Sedm sekund provádějte „vzpřímení – odtlačení, sedm až čtrnáct sekund uvolnění,“ dodala autorka metody.

...za jízdy

Některé cviky lze praktikovat dokonce i za jízdy nebo během strnulé dopravní zácpy, kdy řízení nevyžaduje tolik pozornosti. Provádění pohybů na principu ležaté osmičky si řidiči mohou jen představit. „Mozek nerozezná skutečnost od imaginace, na jednotlivé cviky stačí jen myslet. Mozek bude příslušné svaly i přesto zapojovat a vysílat do nich signály k pohybu,“ uzavřela primářka Michaela Tomanová. (tz)

Z rozhodnutí Evropského soudu budou mít ženy životní pojištění až o 80 % dražší

Od 21. prosince budou muset ženy platit za životní pojištění stejně jako muži. V praxi to bude znamenat, že v některých případech se zdraží pojistka pro ženy až o osmdesát procent. Zohledňovat rozdílnost v rizikovosti mezi muži a ženami při uzavírání pojištění uložil pojišťovnám Evropský soudní dvůr. „Například pětáctiletá žena za klasičkovou pojistku pro případ smrti a následky úrazu a invalidity s cílovou částkou jeden milion korun zaplatí místo nynějších zhruba 1200 korun měsíčně téměř 2200,“ uvedl ředitel produktů životního pojištění ČSOB Pojišťovny Vladimír Dvořák s tím, že se zatím jedná o předběžné výpočty. Muži by mohli naopak na sblížení sazeb mírně ušetřit. „Ženy platily dosud méně proto, že se v průměru dožívají vyššího věku než muži a jsou pro pojišťovny méně rizikové,“ upozornil Vladimír Dvořák z ČSOB Pojišťovny. Zdražení životního pojištění pro ženy se bude týkat jen nových pojištění, které se uzavřou po 21. prosinci. Ženy, které budou chtít v budoucnu u staré pojistky zvýšit cílovou částku, musí už také počítat se zvýšením ceny. „Podmínkou udržení současné výhodnější pojistky je, že klientka nebude chtít na smlouvě

nic měnit,“ vysvětlil Vladimír Dvořák. Rozdíly ve výši pojistného mezi muži a ženami se měly podle ujednání odstranit nejpozději do konce roku 2007. Pojišťovny však získaly výjimku, která podle rozhodnutí evropského soudního dvora končí právě letos v prosinci.

Příklad: Jak se změní životní pojištění pro ženy

30letá žena nyní: 736 Kč/měsíc
30letá žena od 21. 12. 2012: 1214 Kč/měsíc
45letá žena nyní: 1196 Kč/měsíc
45letá žena od 21. 12. 2012: 2153 Kč/měsíc

Uvedené kalkulace jsou předběžné a týkají se pojištění do 65 let s cílovou částkou 1 000 000 Kč pro případ smrti či plné invalidity následkem nemoci nebo úrazu dohromady s pojištěním trvalých následků úrazu na cílovou částku 800 000 Kč (třicetiletá klientka), resp. 400 000 Kč (pětáctiletá klientka). Zdroj: ČSOB Pojišťovna (tz)

Jak efektivně využít čas



Generální ředitelka společnosti Asseco Solutions
Slovenská republika Ing. Martina Mošková

Není to vždy úplně jednoduché. Snažím se věci plánovat včetně odpočinku, který znamená sport a čas strávený s rodinou. Vyhovuje mi dělat věci s plným soustředěním a nerozptylovat se jinými problémy. Občas to i znamená říci ostatním „ne“, že teď na ně skutečně nemám čas. Pro mne je toto odmítání velmi těžké a často se právě kvůli němu dostávám do časového stresu. I když jsem se mnohokrát přesvědčila, že některým zase takové „odmítnutí“ či posunutí řešení určitého problému nepůsobí komplikace a není to tak naléhavé, jak by se na první pohled zdálo, mně takové rozhodnutí není lhostejné. Naučit se říkat „ne“ je těžké, ale nutné. Právě s ohledem na důslednou organizaci času.

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.

Váhy 23. 9. – 23. 10.

Lidé by se měli zaměřit na vztahy mezi sebou. Na vztahy, jež ovlivňují jejich život – partnerské vztahy, pracovní vztahy i vztahy s rodiči a dětmi. Doba kolem novoluní 15. 10. bude nabídat k založení aktivních skupin nebo spolků. Váhy nesou charakter diplomacie a diplomatického chování.

vaše Daniela Hannah

www.madambusiness.cz, www.astrokarty.cz

Můj dobrodružný pokus-omyl

fejeton

Zatímco žena je pracovitá a trpělivá, muž je hravý a vynalézavý. Myslíte si, že uvádím klišé, které už dávno vyvrátil sám život? Opravdu? Možná, že emancipace v moderní době klade na slabé pohlaví podobné nároky jako na jejich mužské protějšky, ale podle mého soudu tisíce let vývoje a specializace mužských a ženských rolí se nedá jen tak smáznout nějakou směrnicí nebo politickým programem. Chtěl bych vzpomenout myšlenky mého otce, který se v jednom fejetonu zabýval mužem a ženou v kuchyni. Vzдор obecně přijímaným názorům tvrdil, že chlap s vařečkou bývá lepší než žena. O tom svědčí i dlouhý seznam slavných šéfkuchařů (obvykle šéfkuchařek bývá jak šafránu). Proč je tomu tak? Zatímco žena vaří stále stejně, byť velmi dobře, podle neměnného receptu, muž si u plotny počíná s fantazií sobě vlastní. Proto vymýšlí, inovuje, modifikuje, vytváří překvapivé kulinářské kreace, chce nejen nasytit, ale i překvapit, někdy šokovat. Podstatné je, že si hraje při práci, protože nesnáší nudu, rutinu, ubíjející jednotvárné úkony s předem vypočítatelným výsledkem. Škoda, že táta se nedožil doby, kdy se na pultech obchodů objevily vedle tradičních receptů Magdalény Dobromily Rettigové i kuchařky hereček Lenky Kořínkové, Jiřiny Bohdalové nebo zpěvačky Evy Pilarové, snad by změnil své mínění nebo alespoň některé závěry o malé invenci žen neformuloval tak kategoricky. Nechám však dámy raději na pokoji a nebudu zkoumat, jak daleko ve svém emancipačním úsilí pokročily, protože to není hlavním předmětem těchto úvah. Spíše se zaměřím na tvůrčí stránky osobnosti, které pečlivě rozvíjím já sám, a to tak,



až mne to samotného překvapuje. Patřím totiž do velké rodiny experimentátorů, kteří přišli na svět proto, aby ho převrátili vzhůru nohama a kráčeli vstříc budoucnosti alternativní, třetí cestou. Rád totiž bádám, zkouším nové věci, odhaluji skryté zákonitosti a nebojím se odkrývat i překvapivé souvislosti a dospívát k netušeným, očím běžného pozorovatele skrytým výsledkům. Když už jsem tu nakoušel téma

kuchyně, rád bych se pochlubil svými pokusy prováděnými v této místnosti. Ne vždy dopadly uspokojivě, avšak přesto měly svůj význam, podobně jako objevování slepých uliček českého génia Járy Cimrmana. Například si vzpomínám na podivuhodné škvareň vepřového sádla. Když jsem ho rozpálil na nejvyšší možnou teplotu a přilil ježdík mléka (obvykle se doporučuje jen pokropit horké škvarky pár kapkami), skončil můj výtvar na stropě (a mastné stopy jsou tam zřetelné dodnes). Experimentoval jsem také s výrobou rumového sirupu pro vyléčení alkoholiky. Rozvařil cukr s vodou a přidal třeš, která měla dodat nápoji typickou vůni, barvu a chuť. Nová receptura zatím není schválena, protože se mi nepodařilo sehnat žádného dobrovolníka



k ochutnávání ani z řad abstinentů, ani lidí holdujících destilátům. Nyní například zavažuji dary mého sadu. Čerpám ze zkušeností kolegyní a kombinuji s mými úvahami o cestě za poznáním. Džemy jsou stále tekuté, ačkoli pektinem jsem se zásobil na několik

desetiletí dopředu. Návod na želírovacím cukru jsem se naučil nazpaměť a těším se tak na další víkend. Snad nezakonzervuji i své nadšení dostat se v kulinářství dál a výše. Postupuji životem neorganizovaně, poněkud chaoticky a nepředvídatelně systémem, pro nějž se používá termín pokus-omyl. Vojenskou hantýrkou bych metodu označil přílehavými slovy průzkum bojem. Pěšák se snaží dobýt neprozkoumané území, a nebo se pohybuje ve zmapovaném terénu pomocí neortodoxních prostředků, aby mohl zaskočit poznanou realitu v nedbalkách. Je to metoda náročná nejen pro samotného nositele, ale doslova pro všechny, s nimiž se potká. Ale přináší ovoce.



Z výše uvedených řádek může být zřejmé, že takový průzkumník i při náležité opatrnosti riskuje, že se mu experiment vymkne z rukou a že ublíží jemu nebo blízkému okolí. Stává se to nezdídky, ale ruku na srdce: Cožpak by takový badatelský postup neztratil onu neodolatelnou přitažlivost, kdyby nepřinášel rizika, dokonce život ohrožující nebezpečí? Sotva! Kam až se tímto stylem dá dospět, je stále předmětem mého výzkumu. Cíl se zatím ztrácí někde v dálce a vůbec není jisté, zdali je jednotlivcem vůbec dosažitelný. O to však tolik nejde. Důležitá je sama cesta plná dobrodružství, překvapivých odhalení, častých vyvracení mýtů a formulování nových zákonitostí. Bez toho by život byl mnohem chudší a ve své podstatě k nepřezítí. Co říkáte?

Pavel Kačer

Třeba odběhnout z jednání a někde praštit do stolu

Možná by stálo za to sehnout se pro zapomenutou kopretinu někde na louce ještě v září a otrhávat lístečky: ale ne s otázkou má mě rád, nemá mě rád, ale se slovy: mám se ráda, nemám se ráda... Mnohé z nás se opravdu rády nemají a omlouvají to vysokým pracovním nasazením, nedostatkem času. Na vlastní zdraví nehledí, až v okamžiku, kdy je průšvih. Vysoký krevní tlak je civilizačním strašákem, jehož se však bojíme stále málo. Více o něm MUDr. Ferdinand Polák, náměstek pro zdravotní péči Ministerstva zdravotnictví ČR, lékař pro intenzivní péči ve VFN:

Souvislost termínů podnikatelky, manažerky, vysoký krevní tlak je jasná. Nepřečenujeme však faktor vysokého krevního tlaku v poslední době?

Rozhodně nejde o nějaké přečeňování. Není ale třeba panikařit. Spíše si musíme vysvětlit, jak v případě zjištění hypertenze (vysokého krevního tlaku) postupovat a čeho se vyvarovat. Z hlediska nebezpečí je důležité dosáhnout úpravy krevního tlaku do normálních rozmezí, a to po celý den. Přitom není ani tak moc důležité, zda toho dosáhneme úpravou životního stylu nebo pomocí léků. Důležité je skutečně dosáhnout cíle – tedy normálního krevního tlaku.

Mohu změnu oproti normálu na sobě nějak vycítit?

Ano, můžete. Nejčastěji pacienti uvádějí bolesti hlavy, někdy mlhavé vidění. Ale není to pravidlem a naopak není výjimkou, že se na zvýšený krevní tlak přijde při preventivní prohlídce, nebo dokonce úplně náhodou.

Co dělat proti plíživému nebezpečí? Rad existuje řada, ne vždy se daří je uplatnit v praxi.

Za základ považují pravidelné absolvování preventivních prohlídek, kde vám lékař či zdravotní sestra vždy změří krevní tlak. Protože, jak jsem již popsal výše, hypertenze může být alespoň v počátečních

stádiích zcela bezpříznaková. Bohužel spousta lidí preventivní prohlídky zanedbává. A to včetně inteligentních, ale pracovní velmi vytížených podnikatelů, podnikatelek, manažerů a manažerek. Ale odvolávání se na nedostatek času skutečně považuji za pouhou výmluvu. Vlastní zdraví bychom si měli chránit.

Zkuste, prosím, namodelovat jednoduchý návod prevence a kroky ke snížení tlaku, které souvisejí s životním rytmem, stresem, kariérou, metodami vysoce efektivní práce apod.

Důležité podle mě je stanovit si reálné cíle. Mohou být klidně vysoké, ale musí být zvládnutelné. Důležitým faktorem pro hypertenzi je totiž stres, nikoliv samotné pracovní či jiné nasazení. Takže můžeme pracovat tvrdě, ale musíme vědět, že práci nebo rodinu či jiné povinnosti zvládneme. A že to tak sami chceme. Děláme-li totiž něco dobrovolně, snáší to náš organismus mnohem lépe, než když tu samou práci děláme z donucení.

Dokáží být ženy poslušnější pacientky než muži?

V některých ohledech možná ano, ale rozhodně bych to nepausalizoval. Ze své praxe znám mnoho zodpovědných pacientů a nezodpovědných pacientek a naopak.



MUDr. Ferdinand Polák

Diskutované jsou léky – pokud je někdo na vysoký krevní tlak bere, a hodnoty se mu upraví, může přestat?

Je celkem běžné, že během života se pacienti s hypertenzí medikace upravuje – dávky se dle potřeby zvýší, sníží, vymění se lék, nebo se dokonce úplně vysadí. Zásadním cílem je ale skutečně dlouhodobě udržet krevní tlak v mezích normy. Jen tím můžeme zabránit dlouhodobým škodlivým vlivům vysokého krevního tlaku na náš organismus.

Které typy žen mívají horší potíže s vysokým tlakem – ty, které jsou emocionálně výbušné, nebo ty, které jsou uvážlivé, diplomatické a neventilují zlost?

Obecně je škodlivější držet emoce v sobě. Pro mnoho žen manažerek je právě toto typické a nebezpečné – nechtějí být považovány za „hysterky“, a proto dusí vztek v sobě a snaží se emoce nedávat příliš najevo. Ale právě tyto ženy často končí s diagnózou hypertenze. Tady doporučuji odběhnout na chvilku z jednání a někde v klidu praštit do stolu nebo se nahlas vyřvat. Skutečně to pomáhá.

ptala se Eva Brixl



Vyzkoušejte:





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



ZNAČKY KVALITY PRO SPOTŘEBITELE



Mediaální partneri >>>



Radižurnál
ČESKÝ ROZHLAS 1

Prosperita

