

P R O S P E R I T A

Madam Business®

Léto pošlu po vodě

Eva Brixi

Dnes je léto v kalendáři
 Já už vím
 Slunce mi skáče po diáři
 Dovolené rozumím
 Pošlu to sdělení v láhvi
 Po větru Po vodě
 Jsem totiž holka od novin
 Drby nenechám náhodě
 Pošlu to v láhvi od piva
 Že jsem ready a v pohodě
 Pošlu to v láhvi od vína
 Můj úsměv Tvoje písnička trochu začíná
 Pošlu to v láhvi od emailu
 A budu za blázna
 To mi však nevadí
 Červenec moje touhy nezradí
 Tajný přítel teploměr vždy dobře poradí

Hana Macháčová

Lidé spolu stále méně mluví
 str. 1, 10–11

rozhovor měsíce s JUDr. Hanou Macháčovou,
 členkou představenstva a náměstkyní
 generálního ředitele Kooperativy pojišťovny, a.s.,
 Vienna Insurance Group

Dlouhé fixace frčí, Hypoteční banka zavádí „sedmiletku“

Zájemci o hypotéku u Hypoteční banky, specialisty a jedničky na trhu hypotečních úvěrů v České republice, si budou moci od 24. června 2013 zvolit sedmiletou fixaci úrokové sazby. Navíc po dobu letních měsíců za cenu pětileté. Hypoteční banka svojí novinkou reaguje na zvýšený zájem o stále delší dobu fixace.

Vývoj posledních let ukazuje, že klienti mají o delší fixace úrokových sazeb u svých hypotečních úvěrů čím dál větší zájem. Ze statistik Hypoteční banky vyplývá, že ještě před pěti lety, v roce 2008, kdy výše úrokových sazeb přesahovala hodnotu 5 %, fixovalo osm z deseti klientů na období tří let. V letošním roce ale poprvé v historii hypotečního trhu tříleté fixace přeskočily ve statistikách ty pětileté.

„Lidé pozorně sledují současnou ekonomickou situaci, stabilní ceny nemovitostí, a hlavně nízkou úroveň úrokových sazeb. My, konzervativní Češi, si ji chceme udržet na co nejnižší úrovni po nejdélsí možnou dobu, a jak vyplývá z našich statistik, letos poprvé drtivě vedou v zájmu klientů pětiletky. Naše nová nabídka sedmileté fixace hypotéky je tak dalším přirozeným krokem, jak co nejvíce vyjít vstříc aktuálním požadavkům zájemců o hypotéku,“ uvedl Jan Sadil, generální ředitel Hypoteční banky.

Úrokové sazby hypotečních úvěrů u pětiletých fixací nyní začínají na 2,99 %. Hypoteční banka tyto sazby nabídne v rámci zvýhodnění také pro nové sedmileté fixace.

(tz)



S dětmi do lázní v Luhačovicích

V přetechizovaném světě plném shonu, nervozity a civilizačních nemocí se mění náš vztah k prevenci, léčbě, relaxaci. Stále častěji vyhledáváme o prázdninách třeba české a moravské lázně, kam odjíždíme s dětmi a napravujeme kondici svou i našich potomků. Ne vždy je totiž nutné cestovat daleko za hranice naší země či za hranice snů.

Myslím, že je příjemné i užitečné, pokud se naučíme objevovat krásy a možnosti naší přírody, lázeňské turistiky, využít um místních lékařů a zkušených rehabilitačních sester, masérek, dietoložek. MUDr. Jana Rydlová, ředitelka a vedoucí lékařka Dětských léčeben Lázní Luhačovice, mi řekla:

Červenec a srpen, dva prázdninové měsíce, které vnímáme hlavně jako dobu, kdy jsou středem pozornosti děti. Patří vaše lázně přes léto také malým pacientům – klientům? Prázdniny patří již tradičně nejvíce právě našim malým pacientům, v tomto období jsou dětské léčebny zcela obsazeny.

Nebývá jim to líto? Spolužáci jedou k babičce a někdo musí do lázní...

Proč „musí“ do lázní? Ty děti, které k nám jezdí opakovaně, se do lázní těší! Čas tráví nejen na procedurách – rehabilitace, inhalace, koupele, plavání, fyzikální léčba, vycházky..., ale mají různé zájmové kroužky, diskotéky, hry, divadelní představení atd. Malé děti jsou u nás zase v doprovodu rodičů, takže se jim také nestýská.



Lázeňský pobyt tedy není třeba brát jako trest, naopak lze ho zdůvodnit nejen rozumem, ale i emocionálně tak, že se kluci a holčičky mohou těšit. Nač byste vy osobně vsadila? Na jaké argumenty?

Jak jsem již naznačila, je důležité perfektně skloubit léčbu s využitím volného času. Děti, které jsou ale pouze zvyklé se doma válet u televize – tak pro ty skutečně lázeňská léčba může být problém.

Ostatně s potomky mohou být v lázních také rodiče nebo děda s babičkou, určitě lze namixovat takový program, který bude ku prospěchu oběma generacím. Anebo dokonce trojici generací – dětem, rodičům i prarodičům – každému podle jeho potřeb. Setkali jste se již s tak „hromadným“ zájmem nejbližších příbuzných?

Malé děti, které léčíme od 1,5 roku věku, k nám jezdí v doprovodu rodiče. Nejsou to jen maminky nebo tatínkové, ale velmi často jsou zde děti právě s babičkou nebo dědečkem. Pokud k nám chce přijet více rodinných příslušníků, rádi jim zde pobyt umožníme. Někteří z nich dokonce využívají procedury pro dospělé v nedalekém rehabilitačním pavilonu.

Případně to může být i tak, že přijede maminka-podnikatelka s dcerou, aniž by si musela vzít dovolenou – díky moderním technologiím se dá operovat odkudkoli, ať již jsme v lázních, nebo pracujeme z domova...

Je tomu skutečně tak. Dnes již většina rodičů má s sebou notebooky a v pokojích, když děti spí, pracují. Využívají tak možnost wi-fi připojení nově zbudované na dětských léčebnách.

Co všechno dětským klientům nabízíte, jaké choroby napravujete kromě alergií?

V Luhačovicích léčíme děti s nemocemi dýchacích cest a plic, obezitou, s nemocemi zažívacího traktu, onkologickými diagnózami a s kožními chorobami. Jak jsem již zmiňovala výše, děti k nám přijíždějí od 1,5 roku věku do 18 let. K léčbě využíváme jak nejmodernějších



MUDr. Jana Rydlová

postupů v rehabilitaci, tak procedury založené na využití našeho přírodního zdroje – luhačovických minerálních vod k pitné kúře, inhalacím a koupelím.

Jak ovlivňuje stres nemoci dýchacího ústrojí mladé populace?

Samozřejmě negativně. Stres může například u astmatika vyvolat záchvat dušnosti. Proto je velmi důležité, aby se nejen u nás všechny děti cítily dobře, aby byly zkrátka v pohodě.

Ne vždy je ideální rodinná dovolená v dalekých cizokrajných destinacích – v čem mají vaše lázně přednost?

Pro velkou část dětí, které se u nás léčí, opravdu není vhodná dovolená v cizokrajných destinacích. Část z nich má nejrůznější diety, další mají i jiná onemocnění, jako je např. epilepsie, takže pobyt v cizině by se jim mohl značně zkomplikovat.

otázky připravila Eva Brixí



Nový dům proti povodním

Mnohým škodám způsobeným povodněmi bude nově možné předejít. Společnost Ekonomické stavby, přední stavitel rodinných domů ve střední Evropě, přichází s novou generací protipovodňových domů. Díky speciální konstrukci, na které je dům postaven, se obytná plocha nachází výše než u klasických domů, a v případě povodně nehrozí přímé riziko zatopení obytných částí. Výhodou nového konceptu je i vznik prostoru pod domem, který je možné využít na stání pro automobily či jako rozsáhlý úložný prostor.

Novinkou, kterou společnost přináší na trh, je i bezplatná analýza povodňových map, z nichž je možné pro konkrétní oblast poměrně přesně určit maximální výšku hladiny vody v případě povodně. „Rodinný dům naprojektujeme tak, aby úroveň čisté podlahy sahala minimálně 40 centimetrů nad hladinu stoleté vody,“ vysvětlil ředitel společnosti Ekonomické stavby David Mencl. Vyvýšením domu vzniká pod stavbou prostor, který je možné využít více způsoby, ať už jako parkovací, či skladovací místo. V případě hrozící povodně se prostor vyklidí, a majitel domu se tak vyhne škodám na obytném majetku. Součástí stavby může být také prstencovitá terasa kolem domu s přímým přístupem k pozemku.

Podle slov odborníka Jana Černého z Ekonomických staveb „ve většině povodňových případech voda obvykle nepřekročí výši několika decimetrů, přesto napáchá obrovské škody na celé obytné ploše domu.“ A jelikož rizika v současnosti nepředstavují už jen povodně, ale i přívalové deště, které se mohou vyskytnout prakticky kdekoli, je nutné již při plánování výstavby rodinného domu zvažovat potenciální hrozby a možnosti jejich eliminování. Přírozenou ochranou je vyvarovat se zástavbě v zátopových zónách. V praxi však většinou dochází k pravému opaku. „Vlastnictví půdy je jedna z nejpřirozenějších potřeb člověka, je-li navíc spjata s předky, stává se takřka

posvátnou. V případě živelných katastrof je tak přirozené, že lidé hledají pomoc spíše u firem stavebních nežli stěhovacích,“ komentoval ředitel Ekonomických staveb David Mencl důvody, proč lidé nadále setrvávají v zátopových oblastech i přes opakované poškození jejich majetku. V těchto oblastech tak Ekonomické stavby pro své klienty připravují právě prvky pasivní ochrany, jako je zvýšený základ domu nad okolním terénem, zídky bránící přívalové vodě nebo různé modelace terénu. Tato opatření sice vyžadují určitou investici, avšak v případě zatopení jsou schopny ochránit majetek mnohonásobně vyšší hodnoty.

(tz)

inzerce



LÁZNĚ LUHAČOVICE, a.s.

LÉČBA DĚTÍ OD 1,5 ROKU S DOPROVODEM



INDIKACE LÁZEŇSKÉ LÉČBY:

- nemoci **dýchacího ústrojí**
- nemoci **trávicího ústrojí**
- nemoci **kožní**
- **obezita** spojená s dalšími rizikovými faktory
- nemoci **onkologické**

PŘÍNOS LÁZEŇSKÉ LÉČBY PRO ŽIVOT DÍTĚTE:

- **snížení četnosti** akutních **onemocnění** a **dávek užívaných léků**
- **omezení komplikací** základního onemocnění
- **zkvalitnění života** a začlenění do kolektivu vrstevníků
- širší možnost volby povolání

LÁZEŇSKOU LÉČBU DĚTÍ OD 1,5 ROKU, DO 5 LET VĚKU DÍTĚTE TAKÉ DOPROVOD RODIČE, HRADÍ VŠECHNY ZDRAVOTNÍ POJIŠŤOVNY ČR.

Snížení věkové hranice z 5 let na 1,5 roku dává rodičům možnost absolvovat lázeňskou léčbu ještě před nástupem do zaměstnání v době rodičovské dovolené.

Informujte se u svého dětského lékaře.

INFORMACE:

tel.: 577 682 100, e-mail: pobyt@lazneluhacovice.cz

www.LazneLuhacovice.cz

Kam spěchat?

Ještě jsem zapomněla upéct bábovku, zalít kytky, zavolat přítelkyni, rozdat úkoly dětem, připravit si referát na blížící se konferenci. Taký jsem zapomněla vypít kávu, kterou jsem si brzy ráno uvařila, kadeřníkovi jsem nedala vědět, že nepřijdu, a u lékaře jsem nechala kartičku pojišťovny. Jo a kde že jsem to měla dnes ještě být? Aha, no, to ale už nestihnu, mrzí mne to, nepojeďu tam, a na zítřejší setkání ať pozovu kolegu, já mám ještě tři další schůzky, ale opomenula jsem vám o nich říci...

Znáte takové myšlenkové, nebo spíše bezmyšlenkovité pochody kalendáře hlavou? Prožíváte to každý den? Nebo to neřešíte? Co je jednodušší a efektivnější?

Přemýšlím o ničem, je neděle večer, nohy bolí, na zahradě jsem udělala sto letních kilometrů, nechala jsem se osálit vůní květin a horkým dechem půdy, na chvíli jsem povinnosti zvládané s překotností chybujícího nechala plavat. Víím, že dny následující budou ve znamení úvodních vět, asi je to můj osud. Kdoví.

Ale možná si zítra při snídani přidám vtipnou kaši zdobenou zlatým paprskem medu a odpovím si v duchu prázdnin: Je léto, kam spěchat?

Eva Brixi



Tip Grady

Umění slovní sebeobrany

Tato knížka plná jasných a praktických rad a příkladů vám pomůže čelit všem slovním útokům a provokacím. Jde o jednu z nejužitečnějších knih na toto téma, při jejímž čtení se budete zároveň dobře bavit. Zjistíte, že na slovní útoky a provokace můžete použít 23 neosvědčenějších technik, od těch velmi rychlých, díky nimž odpovíte krátce a ostře, přes šest opravdu špičkových technik až po techniky s použitím humoru či působící na city. Na mnoha příkladech ze života uvidíte, jak jednotlivé techniky použít.

partneři www.madambusiness.cz

generální
partner:



KUPEG
ÚVĚROVÁ POJIŠTOVNA
www.kupeg.cz

hlavní
partneři:



www.amway.cz



www.ovus.cz

patneři:



www.yourchance.cz



www.kiamotors.cz



www.geniusmedia.cz



www.katerinareSORT.cz



www.tsoft.cz



www.konopnyshop.cz



www.unicreditleasing.cz



www.ngprague.cz



www.vox.cz



www.zpmvcr.cz



www.modelpraha.cz



www.laznejachymov.cz



www.templarske-sklepy.cz



www.vinoabobule.cz



www.cchi.cz



www.zts.cz



www.coop.cz



www.cetelem.cz

Prosperita Madam Business

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 7, červenec 2013

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

e-mail: bixi@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 Rožníčková

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

Placené textové materiály jsou označeny grafickým symbolem ¶



Poroste úloha komunikace firem, institucí a veřejnosti?

Kateřina Lejčarová externí komunikace ČSOB

Podle mne poroste. Komunikace se stále zrychluje, a navíc, s nástupem chytrých technologií, máme informace hned „po ruce“. Firmy, ale i veřejné instituce musí být připravené okamžitě reagovat, což klade nároky nejen na rychlost, ale i míru otevřenosti. Díky sociálním sítím se veřejnost zčásti emancipovala a k otevření tématu už tolik nepotřebuje prostředníka v podobě klasických médií. Její role přitom s rozmachem mobilních technologií ještě poroste. Veřejnost má nyní daleko větší slovo. I tomuto trendu by se měly firmy i instituce přizpůsobit, měly by ho umět využít.



Jaká je ideální žena podle vašich představ?

Petr Kempa mluvčí TEKNOLOGY s.r.o.

Aktivní, soběstačná, komunikativní a moderní. V dnešní době vnímám, že se ženy čím dál více angažují i v technických oblastech. Více rozumí otázkám, které byly dříve spíš mužskou doménou. Nebojí se poznávat nové věci a jsou v této oblasti aktivní. Osobně upřednostňuji komunikaci se ženami, lépe naslouchají a dokážou mít širší záběr. Na ženách podnikatelek či manažerek si vážím hlavně jejich schopnosti plánování. Jsou velmi dobré nákupčí, umějí pracovat se zdroji a dokáží efektivně spravovat náklady na chod a fungování kanceláři. Úsporněji hospodaří a mají větší přehled o aktuálním stavu zásob než muži. Ve své praxi se nejčastěji setkávám se ženami na pozicích zásobovacích či Back Office manažerů a ve většině případů mohu říci, že jsou to skutečně správní lidé na správných místech.

Informace do kabelky

Česká pošta pomáhá podnikatelům

Novou informační službu iZakázky od České pošty využívá po prvních dvou měsících více než 2000 českých podnikatelů. Společnost spustila na českém trhu unikátní systém, který dokáže sofistikovaně sledovat zakázky už od 20 000 korun a v průměrné hodnotě 80 000 korun, v polovině dubna. Služba už hlásí také první úspěšné uživatele, kterým přinesla získání veřejné zakázky. „Jsme spokojeni, protože první dva měsíce jsme se intenzivně věnovali zkoumání funkčnosti systému a jeho vylepšování. Dnes mají iZakázky skutečně všechny parametry, které od nich očekáváme, proto teprve nyní spouštíme masivnější marketingovou podporu projektu,“ řekl Tomáš Ječný, vrchní ředitel ICT divize České pošty. Služba iZakázky je dostupná na internetových stránkách www.i-verejnezakazky.cz a obsahuje novinky ze 120 oborů a všech cenových úrovní veřejných zakázek. Sleduje obří tendry vypsané státními institucemi, stejně jako malá výběrová řízení od lokálních zadavatelů. iZakázky jsou první ochutnávkou z velkého připravovaného informačního projektu České pošty, kterým se největší český zaměstnavatel rozhodl pomoci podnikatelům a manažerům získat přístup ke klíčovým obchodním informacím. Od 1. července k nim přibyla také služba iPředpisy, jež přináší souhrn nejdůležitějších právních novinek, které se týkají podnikání a každodenní praxe. Aktuality budou podnikatelům vysvětlovat nejvýznamnější čeští právní experti. „Podobně jako v případě iZakázek, hledáme i u iPředpisů unikátní přidanou hodnotu, kterou podnikatelům můžeme přinést. U iZakázek jsme se soustředili na šíři prohledávaných veřejných zdrojů a kvalitu analyzovaných informací, u iPředpisů přinášíme srozumitelný a odborný právní výklad,“ vysvětlil Tomáš Ječný.

(tz)

V červenci v Krkonoších

jahodové menu

Snad neexistuje člověk, který by nemiloval chuť a vůni čerstvých jahod. Právě v létě přijdou jejich sladké červené plody k dobru nejlépe, a to v jakékoliv podobě. Klasikou jsou rozdrčené s tvarohem, v ovocném salátu či ve sklenice sektu. V Grund Restaurantu Mladé Buky na Krkonošsku je ale šéfkuchař Jiří Středa pravidelně zařazuje i jako plnohodnotnou součást klasického či měsíčního menu, které jejich využití dodává zcela nový rozměr. A právě po celý červenec si můžete v Grund Resort vychutnat několik speciálních jahodových pokrmů.

Zkusit tu můžete třeba mouze z uzeného lososa doplněnou carpacciem z čerstvých jahod a vinaigrette z pampeliškového medu či studené jahodové consommé, parfait z jogurtu a levandulový jogurt. Pokud vás v létě nejvíce osvěží salát, dejte si ten zdejší,



jahodový se sýrem gouda, crème fraîche, jarní cibulkou a domácím chlebem. Na závěr se sluší sladká tečka a nejínak je tomu na jahodovém menu Jiřího Středy. Glazírované jahody s pomerančovou redukcí, vanilkovým sabayone a bílá čokoláda – to je takřka osudová kombinace, která zaručuje spokojenost u každého gurmána. Zkuste toto menu korunovat jahodovým sorbetem se sektem, ideálně na slunné terase Grund Restaurantu, a váš gurmánský zážitek už jen tak něco nepředčí. „Původně jsem plánoval jahodové menu na červen, ale dlouhá krkonošská zima

zapříčinila, že na přelomu května a června na horách jahody ještě nedozrály. Věřím, že o to více potěší v naší restauraci po celý červenec,“

prozradil šéfkuchař Jiří Středa. Čtvrtého září 2009 se v Mladých Bukách otevřel Grund Resort Golf&Ski, projekt rodinné společnosti Grund, která v obci úspěšně podniká již od roku 1990. Na místě, kde dosud stálo 9jamkové hřiště, se nově pod hlavičkou Grund Resort Golf&Ski otevřelo 18jamkové hřiště a 4hvězdičkový hotel s relaxační zónou a restaurací. Součástí Resortu je i lyžařský areál. Grund Resort Golf&Ski je členem sítě Asten Hotels (www.grundresort.cz). (tz)



Živelná energie pro vaši pleť

V letním čase možná vnímáme přírodní živly spontánněji než kdy jindy. Ať je to vzduch, který hladí naši pleť, voda, do které se tak rády noříme v horkém odpoledni, vyhřátá zem, na kterou je tak příjemné si lehnout, nebo oheň, který v nás vyvolává vzpomínky na chvíle dětství a táboráky a spoustou dobrodružství. Značka beautycycle každý z těchto živlů zkontrola a jejich sílu vložila do čtyř kosmetických řad, které dodají vaší pleti novou energii. Jako první přichází vzduch, tak nezbytný k životu. Stejnomená řada beautycycle Air pleť oživuje pomocí regenerujícího závanu kyslíku. Jogurtová probiotika aktivují přirozenou schopnost pleti okysličovat, díky čemuž pleť vypadá zdravěji a mlaději.

beautycycle™ Air Denní pleťový krém s obnovovacím účinkem SPF 15 UVB/UVA

Okysličující prvky posilují pleť, bojují proti viditelným známkám stárnutí a předcházejí jejich vzniku. Pokožka působí zdravěji a je na ní vidět méně jemných linek. Vitamin E zklidňuje podrážděnou pleť. Širokospektrý SPF 15 UVB/UVA chrání před škodlivými účinky životního prostředí a volných radikálů.



beautycycle™ Air Noční pleťový krém s obnovovacím účinkem

Regenerační noční ošetřující přípravek obsahuje okysličující prvky, které během spánku bojují proti viditelným známkám stárnutí. Obsahuje vitaminy A a C, které pleť nezbytně potřebuje pro svůj zdravý vzhled, dále vitamin E s antioxidačními účinky a vitamin B, které pomáhají regenerovat.



beautycycle™ Air Pleťové mléko s obnovovacím účinkem

Pleťové mléko s hedvábným, lehkým složením bez obsahu mýdla pleť nejen čistí, ale i hydratuje. Vyčištěná působí jemněji a vypadá zdravěji.



beautycycle™ Air Pleťová voda s obnovovacím účinkem

Osvěžující beautycycle™ Air Pleťová voda s obnovovacím účinkem obsahuje vitamin E s antioxidačními účinky, který chrání pokožku před škodlivými účinky volných radikálů, zatímco okysličující prvky bojují proti viditelným známkám stárnutí a obnovují mladistvý a zářivý vzhled.



www.beautycycle.cz

(tz)

Pro čerstvé mléko do automatu

Češi objevili kouzlo farmářských trhů, čerstvých, původních a průmyslově neupravených potravin. Stejně jako pro noviny však musí pro některé zajít každý den. A v tom byl háček. Zdánlivý problém je však již vyřešen. Aby mléko v nejlepší kvalitě bylo vždy po ruce, vznikly mlékomaty. O nich jsme hovořili s ředitelem TOKO AGRI Ing. Tomášem Kořínkem.



Ing. Tomáš Kořínek

Takovou kontrolu nemáte u žádné jiné potraviny na pultě. A to proto, že se tam nacházejí desítky a stovky různých dodavatelů, a navíc různých zemí původu, s rozdílnými kvalitami kontroly. Mlékárny musí provádět tzv. super pasterizaci nad 100 stupňů celsia, protože sváží denně mléko z mnoha chovů, a to se míchá. Proto pro zajištění nezávadnosti v mléce zabíjejí vše živé, ale to potom již není mléko.

V době, kdy se tak vehementně bojuje proti bakteriím, nemohlo vaše čerstvé mléko z automatů nenarazit u některých „odborníků“. Co rozhodlo, že obstálo, a dokonce získalo

pevné postavení i ve veterinárním zákoně?

Boj proti bakteriím, tak jak je podáván, je vlastně boj proti všemu živému, včetně nás. Přirovnám to k boji proti výrobě nožů, protože byl někdo zabit. Ano, nožem se dá operovat, krájet, ale taky zabíjet. Ano, máme bakterie, které zabíjejí, ale také ty, díky nimž můžeme žít. Výhodou čerstvé potraviny je, že sama poví, jestli je čerstvá, nebo není. Svou

barvou, vůní nebo chutí. To přece všichni poznáme i bez rozborů! Po dvou letech provozu automatů na mléko bylo provedeno víc než 7000 kontrol a všechny bez závad! Proto i nový veterinární zákon povoluje zemědělcům prodej mléka také z mléčných automatů.

Žena v businessu se musí postarat nejen o svoje podnikání, o své zdraví a úhledný zevnějšek, zpravidla na ní závisí i fungování péče o děti a celou rodinu. Uvědomují si matky, manželky, babičky, že čerstvé a přírodní potraviny jsou tím nejlepším na stůl? Vnímáte tento trend?

Nejprve se zeptám: Koupí někdo lacinější, méně kvalitní benzin do nového auta, aby si zničil motor? Koupí si žena v „akci“ lacinější, výprodejovou kosmetiku? Kdo koupí sobě, svým dětem, vnukům, rodině lacinější potraviny „v akci“? Máme radši auto, sebe, nebo své děti? Dát za třetinku minerálky dvacet korun je normální. Dát za kafe 30 Kč je normální. Dát za nádrž benzínu 1500 Kč je normální. Ale dát za litr čerstvého, kvalitního mléka 20 korun, tedy měsíčně 600 korun za 30 litrů, to je moc peněz?! Kolik stojí naše zdraví a zdraví naší rodiny? Kolik dáme za doktory, recepty a léky? Není základem zdraví, co jíme a pijeme? Co se to s námi stalo? ▶

Ještě si vzpomínám, že jsem chodil do mlékárny pro rozlévané mléko s konvičkou. Pak se objevily igelitové pytlíky a nakonec dnešní krabice. Mlékomaty, ty jsou hitem posledních několika let. Proč vznikly a čím si získaly místo na slunci?

Mléčné automaty navazují na dřívější prodej do konviček, a to pouze automatizovanou formou s plnou automatikou a kontrolním systémem, aby zemědělec mohl nabídnout plnohodnotné mléko 12 hodin po nadojení, zchlazené na čtyři stupně celsia. Plnohodnotnost mléka si každý sám ohodnotí, když dá mléko do ledničky a ráno prstem slízává smetánku, anebo nechá dva dny a má kyšku. Zkuste to s mlékem z krabice!

Tvrdíte, že Češi mají nárok na pravé mléko, chutnající jako tenkrát. Dostali příležitost porovnat chutí, vůni, typickými vlastnostmi různé produkty se stejným názvem – mléko. Liší se to vaše jen proto, že neprošlo tepelnou úpravou?

Chut' mléka z automatu je pravé, nepasterizované, ale zchlazené! To znamená, že nežádoucí bakterie zahynou a proces mléčného kvašení je přibrzděn. Mléko v automatu je vždy z kontrolovaného chovu, schváleného okresní veterinární správou, která dělá pravidelné kontroly jak chovu skotu, tak dojení, chlazení, transportu a prodeje.



► **Společnost TOKO AGRI se už do povědomí veřejnosti dostala nejen mlékomaty, ale i přírodními mošty Ovocňák. Čím žijete v těchto dnech a co chystáte za novinky?**

Když zdravé mléko, tak proč ne zdravé ovoce, to jsme si řekli před rokem a půl. V naší zemi jsou desítky tisíc hektarů kvalitních sadů, většina pod řízenou kontrolou používání

chemie. Jak ale ovoce uchovat a dostat na pult ke spotřebiteli? Běžným způsobem je to obtížné. Proto jsme přišli s technologií bag



in box, kde za tepla bez přístupu vzduchu a světla plníme čerstvou ovocnou šťávu přímo z lisu na ovoce. Tím se uchovávají všechny látky, včetně vitaminů jako u čerstvého ovoce. Dnes nabízíme 17 druhů ovocných a zeleninových moštů. Posledním hitem je rakytník.

Vím o vás, jak velkou důležitost přikládáte marketingu, bez něhož by mlékomaty ani Ovocňák nebyly zdaleka tak úspěšné. Proč vám marketing tak dobře sluší právě u potravin a zemědělských produktů?

Marketing je základní cesta, jak dostat informaci ke klientovi a získat ho pro produkt. Heslo „dobré zboží se prodá samo“ patří do historie, kde se nekupovalo, ale „shánělo“. Proto i my se musíme naučit kvalitnímu marketingu, tak jak to vidíme u zahraničních firem.

za rozhovor poděkoval Pavel Kačer

Centrum Chodov získalo světové prestižní ocenění Superbrands Award

Centrum Chodov obdrželo celosvětově uznávaný titul Superbrands Award, který je udělován nejlepším značkám na trhu. Porota Brand Council složená ze čtrnácti nezávislých odborníků programu Czech Superbrands vybírala nejlepší z celkem 800 adeptů. Ti, kteří titul získají, se automaticky stávají členy celosvětové rodiny respektovaných značek. Centrum Chodov získáním titulu Superbrand Award dokázalo, že svým zákazníkům nabízí jen ty nejvyšší kvality značky a služby na českém trhu. Ocenění je udělováno odbornou porotou složenou z profesionálů z oblasti obchodu, komunikace, marketingu, médií a marketingového výzkumu, což zaručuje kompletní a nezávislou evaluaci. Mezi hodnotící kritéria patří známost, budování brandu, akceptace, inovace a prestiž. Úspěch v programu tedy zaručuje, že Superbrands jsou pouze značky, které mají tu nejlepší pověst v daném odvětví.

Největší světový program nezávislého vyhodnocování značek Superbrands, jenž v současné době funguje v 88 zemích, se po šesti letech vrátil do České republiky. Evaluace probíhá ve čtyřech fázích. První etapa zahrnuje jeden milion značek registrovaných u Úřadu průmyslového vlastnictví a jejich výčet je na základě kritérií postupně zužován. Do posledního kola je pak

nominováno 800 nejznámějších značek. Ty nejlepší získají titul Superbrands Award a jsou podle průzkumů společnosti GfK spotřebiteli vnímány jako renomované a atraktivní. Program Superbrands vyvrcholí na podzim 2013 galavečerem Tribute Event, v rámci kterého zástupci Superbrands předají ceny nositelům titulu a představí ročenku prezentující značky s nejvyšším počtem bodů.

„Jsme velmi rádi, že Centrum Chodov obdrželo prestižní titul Superbrands Award. Naším cílem zůstává i nadále být stylovou destinací číslo jedna, která zákazníkům nabízí světové nákupy, špičkové služby



a lákavé doprovodné akce, což toto ocenění dokládá. Snažíme se přicházet stále s něčím novým, i proto jsme jako jediné obchodní centrum nedávno otevřeli první POP-UP STORE českých designérů. Věřím, že to naši zákazníci uvítali s nadšením,“ řekla Marcela Hrdličková, ředitelka Centra Chodov.

(tz)

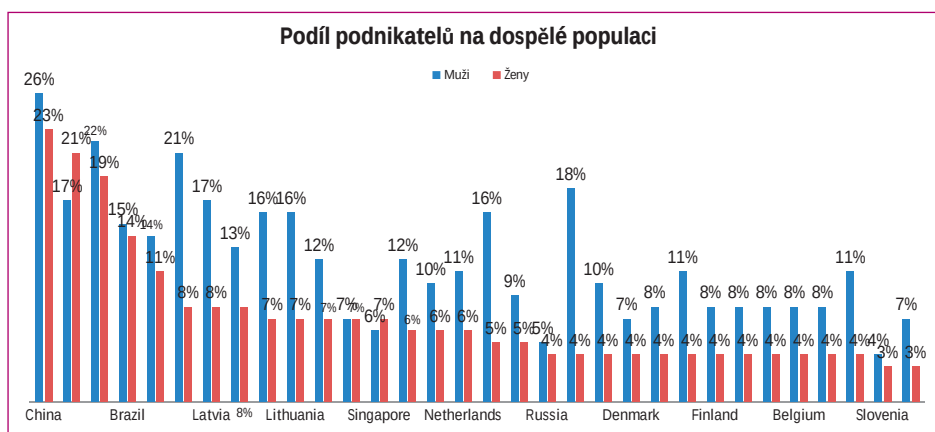


Nejlepší české podnikatelky

budou poprvé hodnoceny podle ročního obrátu

Letos poprvé se mohou soutěže **OCENĚNÍ ČESKÝCH PODNIKATELEK – OCP** zúčastnit ženy podnikatelky bez ohledu na počet osob, které zaměstnávají. Rozhodujícím měřítkem pro rozdělení do kategorií je roční obrát v milionech korun. V rámci šestého ročníku se tak mohou zapojit i úspěšné firmy, které dříve na účast nedosáhly. Zachováno zůstalo pravidlo 100% vlastnictví, českého občanství a doba podnikání minimálně čtyři roky.

„Jakožto poradenská firma se setkáváme s majiteli, kteří přestože vlastní menší firmu o pár zaměstnancích, mají finanční toky a daňové kontribuce pro tento stát značné. Proto se do letošního ročníku mohou přihlásit i méně známé menší firmy, které však mají důležitou hodnotu. Tento projekt je specifický právě v tom, že v hodnocení nehraje významnou roli velikost podniku. Avšak posouzení, zda podnik je úspěšný, či nikoliv, je také závislé nejenom na objektivních ekonomických ukazatelích, ale také na subjektivních, nefinančních přístupech. Ze subjektivního pohledu může být úspěchem například už jen přežití firmy v těžkém období strategických změn podnikání. Naproti tomu může být z objektivního hlediska výsledek zcela jiný. Tímto obojím přístupem k hodnocení je tato soutěž unikátní,“ vysvětlil důvod svého vstupu do soutěže jako „auditor projektu“ Petr Šíma, partner poradenské společnosti NSG Morison. Soutěž byla založena v roce 2008. Jejím cílem je podpora českých žen, podnikatelek. Umožňuje ocenit ženy jako osobnosti a poukázat na významné projekty nebo inovace v různých

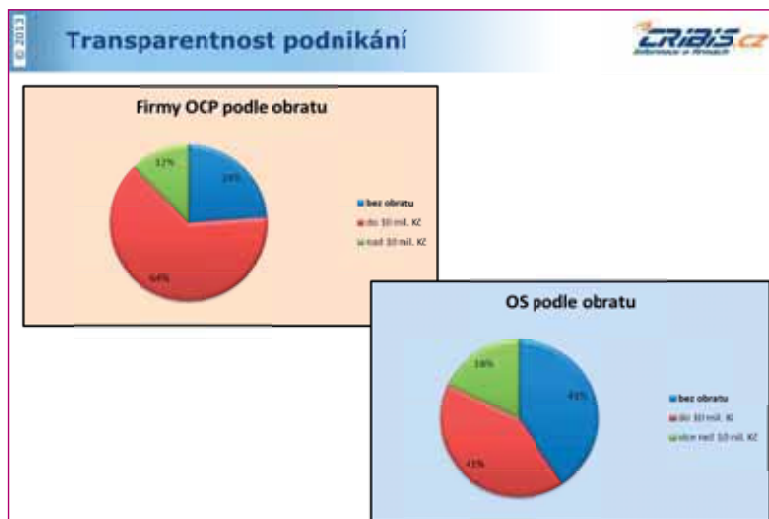


oborech, které české firmy pod jejich vedením přináší na český nebo evropský trh. Projekt nehovoří pouze o businessu a úspěchu, ale i hodnotách a společenské odpovědnosti českých žen a podnikatelského prostředí obecně. „Projekt Ocenění Českých Podnikatelek byl založen na principu transparentnosti podnikání a hodnocení vynikajících ekonomických výsledků firem ve vlastnictví českých žen. Po pěti letech fungování projektu jsme si uvědomili, že hledisko počtu zaměstnanců limituje firmy, které

hledisko velikosti firmy dle výše ročního obrátu. Tímto krokem chceme vyjádřit podporu i menším firmám,“ vysvětlila spoluzakladatelka projektu Helena Kohoutová důvod změny.

V rámci soutěže budou uděleny ceny v těchto kategoriích:

V první kategorii „Česká podnikatelka, která podnik vlastní a řídí“ budou uděleny ceny za první až třetí místo v podkategoriích Malá společnost (roční obrát 10–30 milionů Kč), Střední společnost (roční obrát 30–80 milionů Kč) a Velká společnost (roční obrát 80 milionů Kč a více). V letošním roce bylo z databáze odborného garanta vybráno 11 885 potenciálních kandidátek; 238 firem z tohoto počtu splňuje soutěžní kritéria kategorie malá společnost, v kategorii středně velká společnost je 104 firem a v kategorii velká společnost 55 firem. Celkem se tedy jedná o 397 semifinalistek s ročním obrátem od 10 milionů do 1,8 miliardy korun, což je nárůst počtu téměř o 63 % oproti předchozímu ročníku. Užší nominace vznikla na základě analýzy CRIF – Czech Credit Bureau, a.s., která zohledňuje dostupnost účetních závěrek za roky 2009–2011, roční obrát firem (tržby roku 2011)



sice dosahují perfektních výsledků, ale v menším počtu zaměstnanců. Je překvapivé, kolika firem se to týká. Proto jsme přijali doporučení nového auditora projektu, společnosti NSG Morison a upravili

► a hodnocení iRating ve stupních 1–11. „Využití velmi podrobného a komplexního ekonomického hodnocení, kterým je náš iRating, objektivizuje výběr kandidátek a zvyšuje důraz na dobré hospodaření firmy. Ženy ve výsledcích nijak nezaostávají za muži, naopak hodnocené kandidátky OCP dosahují lepšího průměrného ratingu než celý český trh,“ komentoval výběr kandidátek Pavel Finger, člen představenstva odborného garanta soutěže, společnosti CRIF – Czech Credit Bureau.

Druhá kategorie „Cena GE Money Bank – Výjimečná podnikatelka“ hodnotí vliv na obohacení trhu nebo společnosti, bere v potaz sociální a jiné aspekty činnosti. Patronem ceny je GE Money Bank. „Podpora žen v businessu patří mezi důležitá témata společenské odpovědnosti GE Money Bank. V rámci našeho projektu Život nápadům nabízíme začínajícím podnikatelkám nejen vzdělávací aktivity a odborné informace, ale také inspiraci v podobě příběhů úspěšných českých podnikatelek. Díky soutěži Ocenění Českých Podnikatelek nalézáme mnoho těchto pozitivních příkladů. Jsem ráda, že se mnohé z vítězek minulých ročníků staly

Podíl podnikatelů na dospělé populaci

Země	Muži	Ženy
China	26%	23%
Thailand	17%	21%
Panama	22%	19%
Brazil	15%	14%
United States	14%	11%
Slovakia	21%	8%
Latvia	17%	8%
Australia	13%	8%
Turkey	16%	7%
Lithuania	16%	7%
Romania	12%	7%
Switzerland	7%	7%
Singapore	6%	7%

Zdroj: Global Entrepreneurship Monitor

Země	Muži	Ženy
Bosnia a Herzegovina	12%	6%
Greece	10%	6%
Netherlands	11%	6%
Poland	16%	5%
United Kingdom	9%	5%
Russia	5%	4%
Hungary	18%	4%
Croatia	10%	4%
Denmark	7%	4%
France	8%	4%
Czech Republic	11%	4%
Finland	8%	4%
Germany	8%	4%
Sweden	8%	4%
Belgium	8%	4%
Spain	8%	4%
Portugal	11%	4%
Slovenia	4%	3%
Japan	7%	3%

ambasadorkami projektu Život nápadům a sdílí své zkušenosti s ženami, které jsou na začátku své podnikatelské cesty,“ sdělila Radka Pekelská, Chief HR officer a členka Senior Management Teamu GE Money Bank.

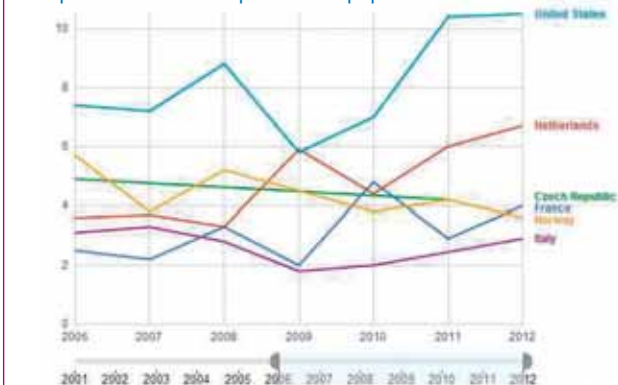
Managementu Allianz pojišťovny Dalibor Šajar. Cena za inovativní řešení, kterou Allianz uděluje, nepreferuje žádné obory. „Stali jsme se patronem této kategorie proto, že velmi dobře víme, jak je neotřelý, a navíc ženský přístup pro úspěch v podnikání důležitý,“ dodal Martin Podávka, vedoucí produktového oddělení Allianz pojišťovny.

Čtvrtá kategorie „Výjimečný růst firmy“ hodnotí výjimečný růst činnosti firmy za poslední tři sledované roky bez ohledu na kategorii, ve které je firma zařazena.

Patronkou 6. ročníku je Taťána le Moigne, generální ředitelka Google Czech. Více informací o soutěži naleznete na www.oceneniceskychpodnikatelek.cz. Možnost přihlásit se do letošního ročníku soutěže je do 24. září 2013 do 12 hodin. O vítězkách se veřejnost dozví 7. listopadu.

(tz)

Podíl podnikatelek na dospělé ženské populaci



Třetí kategorie „Cena za inovativní řešení“ je udělována pod patronací Allianz. Hodnotí se inovativní přístup firmy za poslední tři sledované roky bez ohledu na kategorii, ve které je firma zařazena. „Společnosti, které budeme posuzovat v kategorii Inovativní řešení, musí být dynamické a otevřené novým myšlenkám a postupům,“ vysvětlil ředitel Marketingu a Market

Porcelán pro potěšení

V červnu se uskutečnilo na hostitelské půdě Českého porcelánu v Dubí další mezinárodní setkání výtvarníků a keramiků Hrnkového sympozia, tradiční akce s mezinárodním věhlasem. Zároveň byla otevřena výstava výsledků prací, a to ve výstavních prostorách Českého porcelánu a.s. na adrese U Císařských lázní 19 v Teplicích. V tvořivém ovzduší popustili uzdu své fantazie výtvarníci z Japonska, Francie, Lotyšska, Slovinska, Litvy, Německa a z Česka. Mezi účastníky letošní akce byli tentokrát vedle zahraničních i českých umělců také profesori z vysokých uměleckých škol, z Francie Christian Couty z l'École Nationale Supérieure d'Art de Limoges, z Lotyšska Eugenia Loginova z Art Academia of Latvia a z Tokya Makoto Komatsu z Musashino Art University. Cílem těchto pravidelných symposií, organizovaných akciovou společností Český porcelán, je snaha inspirovat k netradičnímu designu porcelánových výrobků a také prezentovat moderní trendy širší veřejnosti. Podívejte se na fotografie – je to nádhara!

(red)



Lidé spolu stále méně mluví

JUDr. Hanu Macháčovou, členku představenstva a náměstkyni generálního ředitele Kooperativy pojišťovny, a.s., Vienna Insurance Group, čas od času vídám na tiskové konferenci nebo na společenské akci, kde je to o pozdravu, úsměvu a pár otázkách a odpovědích, více se stihnout nedá, den má totiž stále jen 24 hodin. Vždy na mne však tato špičková manažerka působí jako zázrak ve složitém prostředí businessu. Vstřícná, plná porozumění, ochotná naslouchat. Vyzařuje z ní podmanivá ženská energie laskavosti, které si nelze nevšimnout. Mnoho let jsem se těšila, až ji budu moci pozvat na naše stránky.



JUDr. Hana Macháčová

potvrzuje, že cesta, kterou jsme před lety nastoupili, je správná. Nesnažíme se bojovat jen cenou, ale šíří nabídky a kvalitou služeb. Pro podnikatele je důležité, že bereme zřetel na skutečnou míru rizikovitosti a zohledňujeme ji v ceně a v podmínkách, které jim poskytujeme.

Myslíte si, že by měli být podnikatelé jako osoby ve svých vlastních firmách povinně pojištěni? Napadá mne to v souvislosti s překotným životem plným stresu, cest, složitých situací, v nichž se nacházejí den co den. Nástrahy to jsou dost značné, dosud u nás možná opomíjené.

Rozhodně jim to doporučuji. Nikdy totiž nevíte, kdy může dojít například k nějakým zdravotním potížím, které

jim zabrání firmu řídit. Nicméně jakékoliv podobné nařízení povinnosti pojištění by bylo spíše kontraproduktivní.

Jak pohlíží na pojištění v businessu ženy ve vrcholových pozicích a jak muži? Dá se vysledovat, kdo je zodpovědnější, pečlivější?

Obecně platí, že o pojištění se v rodině starají většinou muži. Vychází to z toho, že se často jedná o živitele rodiny. Na druhou stranu, muži jsou při sjednání pojištění impulzivnější a často jsou přesvědčeni o své pravdě, takže si ne vždy nechají poradit. Ženy nad pojištěním více přemýšlejí, snaží

se odhalit veškeré možnosti nabídky, déle se rozhodují, ale pojištění je většinou preciznější. Toto pozorujeme jak v běžném životě, tak i u podnikatelů a podnikatelek.

A jak se staví české ženy k životnímu pojištění a k novým spořicí pojištěním?

Z našich statistik vyplývá, že předepsané pojistné u životního pojištění je v poměru 55:45 ve prospěch mužů. Je to dáno tím, že živiteli rodin jsou zejména muži, proto si sjednávají životní pojištění na vyšší částky. Velmi často je životní pojištění spojeno také s čerpáním hypotéky, kterou většinou opět sjednává muž.

Sama jste léta manažerkou ve špičkové pozici velké pojišťovny s mezinárodním rozsahem. Víte dobře, jak některé pracovní dny probíhají, jaká rizika s sebou manažerská činnost nese. Nač by tedy ženy v obdobných funkcích neměly zapomínat?

Pro ženy je většinou obtížnější prosadit se do nejvyšších řídicích postů. Často dělají chybu v tom, že se chtějí rovnat mužům. Já jsem přesvědčená, že nemá cenu se snažit prosadit tzv. „mužskými zbraněmi“. Naopak, ženy mají především v obchodě schopnosti, které mužům chybí. Jsou senzitivnější, lépe komunikují a dokáží se vcítit do role klienta. Mezi našimi zaměstnanci je více než 50 % žen. Bohužel končí většinou ve středních manažerských funkcích. U nás mají poměrně velké možnosti a příležitosti postupu, ale často nemají zájem. Nebo jen možná nemají tak vysoké sebevědomí a nejsou si jisté, zda by vyšší pozice zvládly.

Mladá generace myslí na spousty jiných záležitostí, než je důchod, ale přesto povědomí o nutnosti zajistit se na stáří u této populace roste. Co byste doporučila ženám kolem 25 let? Jak využít pojištění k tomu, aby si o 50 let později nestýskaly?

Pojištění by mělo sloužit zejména k zajištění pro případ nečekaných událostí, ať majetkových, tak případně zdravotních. Ve věku okolo 25 let se většinou mladí lidé

Kooperativa jako tradičně bodovala v soutěži Zlatá koruna, zejména v kategorii Pojištění pro podnikatele. Čím se liší vaše produkty od těch konkurenčních?

V čem je vaše síla v komunikaci s podnikatelským prostředím?

Chápu to jako ocenění naší práce a produktů, kterého si velmi vážíme. Velmi pozitivní je i to, že nejde o náhodné umístění, ale svoji pozici si držíme dlouhodobě. Například pojištění TREND bylo v roce 2012 vyhlášeno produktem desetiletí. Přestože tlak konkurence je stále silnější a rostou i nároky klientů, daří se nám dobyté pozice držet. Ocenění

Pro ženy je většinou obtížnější prosadit se do nejvyšších řídicích postů. Často dělají chybu v tom, že se chtějí rovnat mužům. Já jsem přesvědčená, že nemá cenu se snažit prosadit tzv. „mužskými zbraněmi“. Naopak, ženy mají především v obchodě schopnosti, které mužům chybí.

► osamostatňují, měli by tedy myslet na pojištění domácnosti, ve které bydlí. Také by měli začít uvažovat o vhodném spoření na stáří. Stačí začít s minimální částkou a postupně ji s rostoucím příjmem navyšovat, ale začít se spořením doporučujeme co nejdříve, například i s naším produktem PENZE S GARANCÍ. Při založení rodiny nebo čerpání hypotéky doporučujeme odpovídající životní pojištění, aby rodinu zajistili pro případ vážného úrazu nebo onemocnění. To samozřejmě platí nejen pro ženy, ale i pro muže. Mohu přidat i osobní zkušenost. Jsem ve věku, kdy mi končí platnost několika pojištých produktů, které jsem v mládí za pár korun uzavřela, a dnes je velmi příjemné rozhodovat se o využití těchto úspor, které po letech spoření dosáhly zajímavých částek.

Finanční gramotnost pomalu v České republice roste, ale orientace v nabídce bank, pojišťoven, penzijních společností, leasingových firem a porozumění jednotlivým produktům není na jedničku. Co dělá Kooperativa pro to, aby její portfolio bylo dobře čitelné?

Snažíme se klientům nabídnout srozumitelné produkty a skvělé služby za zajímavou cenu. Například v pojištění vozidel jsme připravili stavebnicový produkt NAMÍRU, kde si klient nastaví pojištění podle svých potřeb. Například motorista jezdící většinou na venkově, případně i v blízkosti lesa, se bude určitě lépe cítit s připojištěním srážky se zvířetem. To si může dokonce ještě rozšířit o pojištění poškození vozu zvířetem, tedy i pro případ, že by například kuny poškodily elektroinstalaci. Motoristovi jezdícímu hlavně po Praze zase spíše hrozí vykradení vozu, proto si ke svému povinnému ručení může sjednat i pojištění zavazadel. Navíc si motoristé mohou zřídit

připojištění skel a pojištění NA100PRO, které zahrnuje přímou likvidaci a krytí živelných škod. V takovém případě získají pojišťnou ochranu blížící se havarijnímu pojištění. Naopak pro malé podnikatele a živnostníky jsou výhodnější balíčkové produkty, které na jedné pojistné smlouvě kryjí všechna rizika spojená s jejich činností. Velkou výhodou je také příznivá cena pojištění. Například START PLUS pokrývá pojištné potřeby takřka všech podnikatelských subjektů na trhu. Základní balíček zahrnuje pojištění nemovitého i movitého majetku, pojištění skel, posla (tj. přepravy peněz), pojištění technických rizik (pojištění elektroniky a strojů), pojištění přerušení provozu, pojištění dopravy a pojištění obecné odpovědnosti včetně pojištění odpovědnosti za výrobek. Samozřejmě klademe i velký důraz na schopnosti a znalosti našich zástupců, kteří správně vysvětlí zájemcům o pojištění všechny podrobnosti k produktům a varianty jejich sjednání.

Při setkání s vámi jsem nabyla dojmu, že nesmírně fandíte celoživotnímu učení se a vzdělávání a že o to dbáte ve spojitosti s manažerkami v mateřské společnosti – co pro ně má Kooperativa letos připraveno?

To je pravda, člověk by nikdy neměl ustnout, měl by se stále učit. Proto mi vyhovuje práce v obchodě, setkáváte se se stále novými produkty, novými lidmi, stále se učíte něco nového. Ráda bych se občas také vrátila k pojišťovacímu právu. Bohužel nemám příliš času legislativu v pojišťovnictví detailně sledovat – nezbývá mi na to vedle mé hlavní pracovní náplně, kterou je řídit obchod Kooperativy, příliš času. Proto vítám možnost se nad některým zajímavým pojistným případem, klientem či škodou zastavit a najít si na tyto věci více prostoru. Případy poté konzultuji se svými kolegy a s potěšením opětovně zjišťuji, že jsou to špičkoví odborníci ve svých oborech.

Genderové otázky jsou žhavé – někdo je vítá, jiný odsuzuje, dalšímu se zdají demagogické – jak na ně nahlížíte vy?

Některá úřednická rozhodnutí nechápu, například unisex sazby v životním pojištění. Pojištění totiž primárně slouží k tomu, aby krylo objektivně stanovená rizika. A nařízení, které vstoupilo vloni v platnost, naprosto odporuje statistikám pojišťoven. Osobně jsem i proti kvótám žen ve vedení firem, o kterých nyní uvažují úředníci v Bruselu. Myslím, že je to na nás, ženách. To, že by ženy přicházely do vedení pouze díky nějakému nařízení, a ne pro své schopnosti,

je trochu urážející. Jsem také přesvědčena, že by to zároveň snižovalo přirozenou autoritu takto získané vedoucí pozice. Tvrdím, že je jedno, zda je ve vedení muž, či žena, ale musí to být především férový člověk a profesionál. To platí i pro mě. Jsem sice jedinou ženou v našem představenstvu, ale rozhodně kvůli tomu nemám žádné úlevy. I když na druhou stranu, kolegové se ke mně umí chovat galantně a korektně, což velmi oceňuji.

Také se stále častěji mluví o tom, že se muži děsí žen činných v rodině, aktivních, těch, které si vědí rady a jsou zvyklé dělat si věci po svém. Jak to vnímáte? Nemýlí se drsná polovina lidstva a nenahlíží na nás, ženy, zbytečně sobecky?

Určitě podobné náznaky vnímám. Stále častěji se také stává, že lidé žijí single. Je to odraz naší uspěchané doby, kdy trávíme stále více času v práci a na partnery nám zbývá času méně.

Lidé spolu prostě stále méně mluví, a to je špatně. A nejde jen o aktivní ženy, se stejným problémem se setkávají i muži. Na druhou stranu, znám také mnoho špičkových manažerek, kterým se úspěšně podařilo skloubit práci i rodinu.

Samozřejmě k tomu potřebuji i podporu a pomoc svého partnera. Já takové zázemí mám a vždy mi to v mé práci velmi pomáhalo.

Určitě máte i vy nějaké ryze ženské sny – aby některé služby dokonale šetřily člověku čas, aby se dalo spolehnout na každého řemeslníka, aby se dalo beztestně chodit do cukrárny nebo aby... aby ženám nosili muži květiny stále častěji?

Myslím, že to nejsou jen ženské sny. To, že u nás spousta věcí nefunguje podle našich představ, asi ví každý. A ženy samozřejmě určitě potěší, pokud častěji dostanou květinu. Nicméně, v naší společnosti vidím podstatně větší problémy, ať už je to v poslední době rostoucí vlna extrémismu, či rozčarování z politické scény a politické reprezentace. Osobně bych si uměla představit, že by vrcholní představitelé státu projevovali více vlastenectví a odpovědnosti k občanům a zemi. Zároveň bych byla ráda, kdyby se zlepšila péče o naše starší spoluobčany, lidi v důchodovém věku. Myslím, že i v této oblasti máme co dohánět. Ostatně máme s tím i své zkušenosti, Kooperativa se zapojila do projektu Senior Park, který nabízí klientům bydlení v bezbariérových bytových komplexech. Budovy Senior Parku vznikají v několika lokalitách v ČR a jsou koncipovány jako uzavřené atrium s komplexní péčí.

za upřímná slova poděkovala Eva Brixl



Ženy si za volantem zpívají více než muži, nadávají však stejně jako oni

Kia nedávno zjišťovala v exkluzivním průzkumu preference, chování a zvyklosti českých řidičů. Samotné dotazování odhalilo i pár zajímavých skutečností a také potvrzuje, či naopak vyvrací některé zažitě představy o ženách za volantem.

„Pokud chceme plně reagovat na potřeby zákazníků, musíme vědět, co je při výběru auta motivuje, jaká je preferovaná výbava, oblíbená barva atd. Nás ale zajímalo i to, jak se řidiči v autě chovají a jaké mají zvyklosti. I to nám pomůže připravovat akce a nabídky skutečně šité na míru,“ sdělila Martina Jirásková, marketingová ředitelka KIA MOTORS CZECH, a dodala: „Výzkum navíc odkryl zajímavé skutečnosti, které potvrzují, nebo naopak boří některé mýty o ženách za volantem.“ Pro dotazování byla zvolena cílová skupina aktivních řidičů. Již během sběru dat bylo zjištěno, že Češi rozhodně patří mezi náruživé motoristy. Celých 64 % dospělé populace vlastní řidičský průkaz a každý druhý řidič jezdí automobilem prakticky denně. Co se barev týče, ženy volí nejraději červenou, u mužů je nejoblíbenější barvou



modrá. Všeobecně populární stříbrná, která byla hitem v minulých letech, je mírně na ústupu. Další oblastí, na kterou se průzkum zaměřil, byla orientace při jízdě, resp. navigace k cíli. Jak si stojí stará dobrá automapa v konkurenci navigačních systémů? Přes stále se rozšiřující počet řidičů

využívajících navigaci je pořád více těch, kteří častěji sáhnou po automapě. Je jich stále 64 %, přičemž s automapou i navigací častěji pracují muži. Že by se ženy opravdu hůře orientovaly v mapách...? „Právě navigační systém by mohl být pro ženy, které nerady čtou v mapách, dobrým řešením,“ doporučuje Martina Jirásková. „Automobily Kia umí navigovat v češtině, a navíc



nově poskytujeme update navigačních map zdarma po dobu sedmi let,“ dodala. S ohledem na obsah palubní skříňky jsou čeští řidiči především velice praktičtí. Ve svých přihrádkách vozí převážně doklady od auta, návody či servisní knížky. Ti pečlivější dokonce mají ve schránkách nářadí, náhradní žárovky, čisticí prostředky a technické vybavení. Není tedy divu, že z osobních věcí se tam vejdou snad už jen CD s oblíbenou hudbou a brýle. Bez ohledu na pohlaví mají čeští řidiči svá auta rádi, pečují o ně a chtějí se při řízení cítit dobře. Na 60 % z nich má auta provoněná speciální autokosmetikou. Každému čtvrtému řidiči auto zkrášluje nálepka, nejčastěji umístěná na karoserii. Stejně tak každý čtvrtý řidič s radostí do interiéru svého vozu umístí talisman pro štěstí.



► A jaké je chování řidičů během jízdy? Čeští řidiči jen velice málo troubí (občas uvedlo 37 %). O co méně troubí, o to více však během jízdy nadávají, jak se přiznalo 62 % respondentů. Zatímco v troubení dominují muži, na ostatní řidiče nadávají všichni zcela stejně, tedy i zástupkyně něžného pohlaví. Představa, která byla průzkumem zcela vyvrácena, je líčení žen v autě. Pouze 5 % žen uvádí, že by se v autě během řízení líčilo, a to ještě většina z nich pouze občas, například v koloně. Naopak výměna kola je naprosto v souladu se zažitým názorem. Přesto, že 77 % řidičů tvrdí, že defekt kola dokáže odstranit a kolo si vyměnit, mezi ženami to je pouze 44 %. „Ženy se nemají čeho obávat,“ vzkazuje Martina Jirásková. „Pokud si pořídí automobil Kia, získávají automaticky také bezplatnou pomoc asistenční služby,



a to až na 7 let podle modelu. Výměna kola tedy nemusí být jejich starost.“ Řízení bez hudby si v dnešní době řidiči nedokážou představit. Valná většina (91 %) běžně za jízdy hudbu poslouchá. Nejčastěji je to hudba z autorádia. Češi si zároveň prozpěvují. V autě si zpívá přibližně každý druhý řidič. Ženy si zpěvem cestu zpříjemňují daleko častěji, v autě si zpívá 65 % žen a pouze 37 % mužů. Nejvíce do zpěvu je řidičům z Moravy. Sběr dat probíhal v únoru letošního roku, dotazování i zpracování výsledků zajistila společnost Médea Research. „Chtěli jsme mimo jiné zjistit, zda jsou na tom ženy z pohledu řízení podstatně jinak než muži. Jsem ráda, že některé mýty o chování žen za volantem už dávno neplatí,“ podotkla s úsměvem vášnivá řidička Martina Jirásková.

(tz)



Zuzana Baudyšová k průzkumu o chování řidičů za volantem

Mezi ženami je Zuzana Baudyšová, ředitelka Nadace Naše dítě, populární a dobrou řidičkou. Jezdí v autě Kia. Odpovídá na pár otázek, které byly součástí průzkumu:

Co skrývá palubní skříňka vašeho vozu?

Vozím v ní manuál, GPS, papírové kapesníky, baterku, krém na ruce a pár různých tyčinek, dobrot pro nouzové situace, které však nejsou spojeny se značkou Kia, ta bezporuchově šlape, ale se situacemi, kdy nestihnu oběd či na mne sedla mlsná...

Máte na svém autě nějakou nálepku?

Nemám. Prásknu na sebe, že jako pražská řidička musím občas malinko porušit dopravní pravidla. Abych se dostala včas na akci, důležité jednání či přímé vysílání, nezbyvá než přidat. V těchto situacích je lépe zůstat v anonymitě...



Zuzana Baudyšová

A co talismany, vozíte s sebou nějaké?

Pokud ano, jaké a kde je máte?

Ano, jednoho oblíbeného medvídky, který mne stále doprovází a dává pocit jistoty. Medvěd sedí vzorně připásán na zadním sedadle, má manšestrové kalhoty na kšandy a je připraven na všechny situace jako jeho majitelka.

Troubíte během řízení, nebo si raději pořádně zanádáte? Nebo snad oboje...?

Spíš nadávám na řidiče, kteří se neomaleně a bezdůvodně lepí „na zadek“ nebo se courají v rychlém pruhu...

Využíváte k líčení zpětné zrcátko?

Ano velmi často, když vyběhnu na poslední chvíli z kanceláře, pak přesně vím, na kterých křižovatkách mám šanci se domalovat...

Posloucháte hudbu při řízení auta?

Poslouchám nejenom hudbu, ale i Radiožurnál a někdy ráno hlášky Leoše Mareše a jeho vtipného synka.

Zpíváte si v autě?

Ano, když je mi dobře. Častěji ale telefonuji, samozřejmě prostřednictvím hands free a vyřídím celou řadu věcí, dokonce dávám i rozhovory do rozhlasu, pokud zrovna není kde zastavit.

Jezdíte často s dětmi? Pokud ano, jak je při jízdě zabavíte?

Mám zkrácenou pracovní dobu a každý pátek vozím vnučku ze školky do taneční školy, tak se po cestě hodně nasmějeme, vyprávíme si veselé historky. Někdy vezu i všechna vnučata, a to je pak správný mazec!

(red)

Včely na střeše šikovné a pilné

Včelařství je mocný i vážený obor a k Čechám patří stejně jako voňavý chléb nebo úsměv moudrého člověka. Někdo by si mohl myslet, že láska ke včelám a práce s nimi je koníčkem generace důchodců, ale opak začíná být pravdou. Ti zkušení totiž v poslední době vychovávají své nástupce, zatím školáky a studenty, po celé České republice se zakládají kroužky a včely se zabydlují i na takových místech, kde byste čekali spíš přijímače různých signálů nebo skladiště odložených věcí – na střechách atraktivních pražských staveb či pražských dvorcích.

Včely, které se zabydly ve třech úlech na střeše nákupního Centra Chodov, jsou i po dlouhé zimě ve skvělé formě, ostatně 12. června se o tom mohli přesvědčit návštěvníci zdejšího medobraní, během kterého se stáčil a ochutnával letošní první lahodný med. Centrum Chodov umístilo jako první české nákupní centrum na svou střechu loni v květnu zmíněné úly, a poskytlo tak domov téměř 200 000 včel. Ve spolupráci s Českým svazem včelařů se totiž zapojilo do projektu Bez medu to nejde, jehož cílem je podporovat a propagovat spotřebu

medu. A tak se Praha díky Centru Chodov zařadila mezi několik málo světových metropolí, které se mohou funkčními včelími úly na střeše nákupního centra pyšnit. O ně se svědomitě starají členové zájmového kroužku Vyšehradští včelaři – všetečná, vnímavá a pracovitá mladá generace v čele se špičkovými odborníky, například učitelem včelařství Augustinem Uváčikem, DiS, chovatelem Ing. Rudolfem Peleškou a osobností s prima nápady Jiřím Cafourkem, který tento kroužek založil. „Chodovské včely v úlech úspěšně přečkaly první zimu, a i přes nepřízeň počasí naplno využívají ideálních podmínek lokality pro sběr nektaru. Během červnového medobraní jsme stočili kolem 120 kg vysoce kvalitního květového medu, další stáčení se plánuje na červenec,“ uvedl za kroužek Rudolf Peleška. „Velmi mne těší, že na střeše Centra Chodov včely našly dobré zázemí, kde se jim daří. Také naši zákazníci si tuto atrakci a užitečnou záležitost zároveň brzy oblíbili a včely sem rádi chodí pozorovat. Červnové medobraní bylo již v pořadí třetí. Vnímáme ho jako jedinečnou příležitost nechat širokou veřejnost

nahlédnout do života včel – pracovitých a nesmírně užitečných tvorů,“ dodala Marcela Hrdličková, ředitelka Centra Chodov. V ČR dnes existuje přes 1100 včelařských spolků, které jsou sdruženy v Českém svazu včelařů. Více než 48 tisíc členů svazu představuje 97 procent všech včelařů u nás. ČSV je členem dvou mezinárodních sdružení: Apimondia (světová federace včelařských organizací) a Apisilavia (federace evropských včelařských organizací z východoevropských a podunajských zemí), a ve světě je velmi uznávaným za letité výborné výsledky v péči o zdraví včelstev a za propracovanou metodiku jednotného preventivního postupu proti šíření nemoci včel. Chov včel patří u nás k významnému odvětví zemědělství. Včelařství však nevytváří hodnoty jen včelařům samotným. Daleko větší význam má pro ekonomiku zemědělského sektoru v podobě opylování kulturních i planě rostoucích rostlin a stromů. Ono se to na první pohled nezdá – ale mnoho plodů, které sklízíme, bychom bez pomoci včel ani neochutnali, možná ani nepoznali.

(red)



Kosmetická poradna Madam Business 2013 (3)

Je to jednoduché – doporučuji pravidelné čištění pleti

Přírodní francouzská kosmetika GERnétic již napomohla vyřešit nejen zdravotní či kosmetický problém ženám i mužům. Doposud ji znaly především klientky středního a pokročilejšího věku, ale na základě stále bohatšího sortimentu přípravků a neustálé inovace se tato značka otevírá i mladším ročníkům, tedy například dívkám, které trápí hormonální projevy, a rovněž mužům, kteří hledají účinnou a zároveň ke své pokožce šetrnou metodu k nápravě toho, co jim dnes vadí. GERnétic je prvotřídní značka, o níž jsme psali v Madam Business v dubnovém čísle na str. 12–13. Jde o kosmetiku, která se aplikuje v salonech a mohou s ní pracovat pouze profesionální kosmetičky, také se s ní setkáte ve wellness studiích či v některých lázních nebo na klinikách (následná péče se pak může odehrávat již v domácím prostředí). Rozhodli jsme se proto od květnového vydání až do prosincového připravit pro vás, naše čtenářky a čtenáře, poradnu, která vás může navést na správnou stopu.



Odpovídá kosmetička Alena Kimlová z Kosmetického centra GERnétic

Dotaz

Každým rokem v letních měsících, jakmile se trochu opálím, začíná se mi zhoršovat pleť. Dělalí se pupínky a krupička, především na čele. Můžete mi poradit, co s tím? Je mi 37 let a mám suchou pleť.

Odpověď

V letních měsících je tento problém poměrně častý, především u jemných, citlivých pletí. Během léta, díky slunečnímu záření, pokožka zvyšuje obrannou bariéru – produkuje pigmenty a zároveň zesiluje povrchovou vrstvu. Toto zesílení způsobí horší pronikání kožního mazu na povrch pokožky, a tím tvorbu pupínků a krupičky. Doporučuji pravidelné čištění pleti, během letních měsíců používat denní krémy GERnétic s lehčí texturou (Ger Oxy, Base De Jour Marine), případně použití krému Octo na hlubší pročištění a uvolnění pleti. V případě zánětů použijte masku Immuno.

sponzorem poradny je francouzská přírodní kosmetika GERnétic

GERnétic je řešení!

www.gernetic.cz

Prevence by měla být naše motlitební knížka

Ženy, které se naučily dobře hospodařit se svým časem, patří většinou k těm, jež ho nemají nazbyt anebo si uvědomují, jak je cenný. V dnešní době většina zaneprázdněných lidí, podnikatelů a manažerů také, stále více vyhledává zdravotní péči uzpůsobenou individuálním potřebám.

Manažerka Centra individuální péče Všeobecné fakultní nemocnice v Praze Diana Herdová je iniciátor unikátního konceptu komplexní zdravotní péče. Uvědomuje si, co pro člověka počítajícího minuty, zaneprázdněnou ženu či muže, znamená dobrý pro-klientský přístup, flexibilita a vstřícnost. Během studií na Anglo-americké univerzitě v Praze absolvovala výměnný pobyt na univerzitě ve španělské Malaze a pracovní stáž v Řecku, pracovala v korporátních i státních institucích, mluví plynule anglicky a španělsky, učí se rusky. Dost dobrý důvod k tomu, abych se zeptala:

Jaký byl důvod zřídit Centrum individuální péče a jaké služby poskytuje?

Zdravotní péče o obyvatele je pro každý stát velice nákladnou záležitostí. Ani ta nejvyspělejší země nedokáže uhradit ze zdravotního pojištění jak veškerou zdravotní péči, tak i komplexní prevenci. Vlastní investice do zdravotní prevence by proto měla být v zájmu každého z nás. Všeobecná fakultní nemocnice se na základě těchto aspektů a na základě zdroje příjmů pro nemocnici mimo zdravotních pojišťoven rozhodla zajistit zdravotní služby i pro klienty, kteří na základě vlastního rozhodnutí chtějí pečovat o své zdraví i mimo využití služeb veřejného zdravotního pojištění. Centrum individuální péče zajišťuje služby jak v oblasti preventivní, tak léčebné, ve sféře ambulantní i hospitalizační, obstarává veškeré diagnostické a léčebné procedury v nejkratším možném termínu se zřetelem na individuální přístup, rychlost, pohodlí, komfort, flexibilitu a časové úspory. Zajišťujeme ve spolupráci s Klinikou pracovního lékařství VFN pracovně

lékařskou péči v součinnosti se zaměstnavateli založenou na prevenci, včetně ochrany zdraví zaměstnanců před nemocemi z povolání a jinými poškozeními zdraví při práci. Naše péče je zaměřena převážně na individuální klientelu, cizince, firmy a jejich zaměstnance. Jednoduše řečeno, jde o péči ve všech oborech medicíny.

Jsmo příliš nad věcí a prevence pořád ještě není naše modlitební knížka...

Chodit na pravidelné preventivní prohlídky a předcházet zdravotním problémům mnozí z nás stále podceňují. Cílem našeho centra je poskytovat zdravotní prevenci a informovat širokou veřejnost o možnostech čerpání prostředků na prevenci z veřejného zdravotního pojištění, na které má každý občan účast v veřejném zdravotního pojištění nárok. V České republice pouze 20 procent lidí preventivních prohlídek pravidelně využívá. To je také důvodem, proč se u nás umírá na kardiovaskulární a nádorová onemocnění častěji než v zemích západní Evropy, přestože úroveň zdravotní péče je srovnatelná a rozsah preventivních prohlídek je širší než v okolních zemích. Až 60 procent lidí uvažuje tak, že pokud je nic netrápí, nemají potřebu chodit k lékaři. Z dlouhodobých lékařských statistik je však zřejmé, že prevence má skutečně zásadní význam. To, co vložíme do prevence, se nám mnohonásobně vrátí v podobě větší šance na vyléčení nemocného.

Co je tedy placené a zač je dobré si připlatit?

Naprostá většina vyšetření je hrazena pojišťovnou. Pokud je podezření na určité onemocnění, jsou následná vyšetření též hrazena z veřejného

zdravotního pojištění. Pacient si pochopitelně sám může nechat provést (a zaplatit) jakékoliv vyšetření, které není indikováno lékařem. Tím má možnost mít pod kontrolou svůj zdravotní stav po celý rok. Investice do svého zdraví je zároveň investicí do vlastní



duševní rovnováhy a sebevědomí, neboť image a zdraví je důležitou součástí našeho osobního, ale i pracovního života. Rychlá a efektivní diagnostika jako součást prevence je právě to, co nabízíme. Na základě dlouholetých zkušeností lékařů a dle doporučení odborných společností poskytujeme komplexnější preventivní programy cílené na prevenci civilizačních chorob. Každé preventivní vyšetření může pomoci včas odhalit některá závažná onemocnění, mělo by vás ale i varovat před budoucími zdravotními riziky. Chceme, aby každý na závěr naší prohlídky získal nejen aktuální informaci o svém zdravotním stavu, ale i doporučení, co sledovat v dalších letech. Pamatujte, že zdraví máme jen jedno a péče o něj je zodpovědností každého z nás. Přijďte nás navštívit do jednoho z nejkvalitnějších zdravotnických zařízení v České republice, bližší informace o našich službách naleznete na webových stránkách www.individualnipec.cz.

Zmiňovala jste se o péči pro cizince. Je o ni zájem?

S podporou státní agentury CzechTourism a Ministerstva zdravotnictví ČR se Všeobecná fakultní nemocnice v Praze aktivně zapojila do propagace české medicíny v zahraničí. Již dnes do České republiky přijíždějí tisíce lidí za umělým oplodněním, operacemi očí, jednodenní chirurgií či plastickými operacemi. Toto odvětví turistiky se v celém světě rychle rozvíjí. Jde o globální trh, na kterém klienti podle odhadů poradenské firmy Deloitte utratili 60 miliard v roce 2008, a v roce 2010 již dokonce 100 miliard dolarů. Roční růst je odhadován v dalších letech na 30–40 procent ročně. Všeobecná fakultní nemocnice v Praze má perfektně zvládnutou diagnostiku, používá špičkovou zdravotnickou techniku, má zkušené lékařské týmy a personál, který mluví cizími jazyky. Nechceme zůstat pozadu. Proto jsme připraveni se aktivně propagovat a zapojovat do prezentace úspěchů české medicíny. Chceme se podílet na budování povědomí o České republice jako o oblíbené destinaci, v oblasti Medical Tourism v zahraničí vidíme obrovskou příležitost.

za rozhovor poděkovala Eva Brixí



Vyberte si na dovolenou vhodné zavazadlo

Nastal čas letních dovolených a mnoho z vás jistě přemýšlí, co si zabalí s sebou, a dělá si seznamy potřebných věcí. Čas byste ale měli věnovat také tomu, do čeho vše uložíte. Mít kvalitní zavazadlo je důležitou součástí každé cesty. Poradíme vám, čím byste se měli řídit při nákupu ideálního cestovního zavazadla.



Velikost zavazadla se odráží od účelu vašich cest. Letíte-li na prodloužený víkend, postačí vám většinou zavazadlo do

55 centimetrů, které je ideální na cestu dlouhou 2–3 dny. Navíc si je můžete vzít s sebou na palubu letadla. Cestujete-li na delší dovolenou, potřebujete prostornější kufr nebo tašku s praktickým úložným prostorem v podobě kapsiček a úložných popruhů. Pro čtyřčlennou rodinu jsou ideální dva kufrů o rozměrech 72–80 centimetrů.

Při balení dejte pozor, aby zavazadlo nevážilo více, než dovoluje letecká společnost. Většinou se povolná hranice hmotnosti v ekonomické třídě pohybuje od 15 do 20 kilogramů. Pokud vaše váha překročí hranici, tak si připlatíte asi 1200 korun. Jedete-li na dovolenou za nákupy, tak si poříďte expandabilní kufr,

u kterého se dá za pomoci druhého zipu zvětšit jeho obsah až o 25 %. Berete s sebou dospívající děti? Vybavte je separátními kufrů, uvidíte, že to má své velké výhody. Při výběru zavazadla je také důležité, z čeho je zhotoveno. „Mezi nejoblíbenější materiály patří skořepina (typ tvrdého plastu), která je velmi odolná proti poškození a je nepromokavá. Skořepinové kufrů jsou ideální, pokud cestujete s křehkými předměty. Více také chrání proti krádeži osobních věcí,“ uvedla Hana Andrllová z internetového obchodu ModnidoPlnky.cz. Naopak textilní kufrů jsou

výhodné díky své menší hmotnosti a možnosti zvětšení svého obsahu prostřednictvím kapes. Textilní zavazadla a krosny jsou skvělé, pokud cestujete na dobrodružnou dovolenou, kde byste asi s kolečkovým kufrem moc daleko nedojeli. Praktická jsou také textilní zavazadla, která mají pevnou kostru, dají se do stran rozšířit. Milujete eleganci? Poříďte si kožený kufr. Mějte ale na paměti, že bude náchylný na poškrábání a vyžaduje speciální péči. „Pokud si chystáte koupit kufr, je důležité si rozmyslet, zda chcete mít model se dvěma kolečky, nebo se čtyřmi. Kufrů, které mají dvě

kolečka, se nazývají „upright“ a jsou praktické při nájždění na obrubníky a na těžších terénech. Naopak kufrů, které mají čtyři kolečka – tzv. spinner, jsou vyhledávané pro svoji dobrou manipulovatelnost, protože se dají velmi snadno otáčet. Na rozdíl od modelu upright můžete kufrů spinner táhnout vedle sebe i před sebou, takže jsou praktičtější pro delší cesty,“ dodala Hana Andrllová z internetového obchodu ModnidoPlnky.cz

(tz)



Koho a co mám ráda

Auto H+R, náš místní miláček

Auto, jak všichni dobře víme, potřebuje údržbu. Jsme v hektické době a vozidla se nám snaží co nejvíc ulehčit. Hlavně, co se časových nákladů a pohodlí cestování týče. Proto jsou vybavená stále větším množstvím elektroniky, se kterou si laik a obyčejný uživatel opravdu už jen tak neporadí. Auto je zkrátka náš pomocník s nesmírně komplikovanou stavbou „těla“. Ale co tedy s ním, když si „postaví hlavu“ nebo prostě „už nemůže“? Naštěstí existují vstřícné servisy a dílny. A jedním výjimečným, kde člověku i vozidlu vždycky vyjdou vstříc, je Auto H+R v Praze – Újezdě nad Lesy, pomoc přijde vždy, ať už je to za pět minut dvanáct, nebo je to jen rutinní odchylka od normálu. Banda milých chlapíků si v případě nouze automobil odveze (ani pomalu nespočítám, kolikrát museli odvážet toho mého plechového janka), praktici na něj rychle mrknou, a v cuku letu vám do několika hodin dají vědět, co a jak. A ženy, žádný strach! Pánové chápou, že dámy mají na starost většinou jiné věci než detailní rozborů automobilů a jejich poruch. Nevědomost zde může omlouvat, ale podcenit základní znalosti nabyté v autoškole a zdravý selský rozum se nevyplácí ani u jankovitých vozů. Takže se před prázdninami rychlý servis jistě vyplatí!

Kateřina Šimková



Úspěšné podnikání i na „mateřské“

Projektů na podporu podnikavých rodičů, respektive žen, se v poslední době rozjela celá řada. Jejich cílem je většinou formou vzdělávacích programů naučit budoucí podnikatele vyznat se ve spleť byrokratického systému nebo umět svůj nápad dobře prodat. Tedy především teorii. Občanské sdružení Centrum podpory podnikání Praha na to jde poněkud odlišně. Jejich nové coworkingové centrum Podnikání všem v Kladně neučí rodiče pouze teoretické základy. Klienti centra na svém podnikatelském plánu skutečně pracují. Zvolená metoda nese první úspěchy – účastnice projektu Jana Sýkorová uspěla v soutěži pro začínající podnikatele Rozjezdy 2013.

Soutěž Rozjezdy, kterou již třetím rokem pořádá společnost T-Mobile, hodnotí každý rok podnikatelské plány začínajících podnikatelů z celého Česka. Ty nejlepší pak vybírá do regionálních kol, ze kterých se vítězové kvalifikují do celostátního finále. Klientka centra Podnikání všem Jana Sýkorová se ve středočeském „finále“ umístila se svojí Slánskou laktiční poradnou na skvělém druhém místě, a o jednu příčku jí tak unikla účast na celostátní úrovni. Přesto

však byla nadmíru spokojená, že se ve tvrdé konkurenci originálních nápadů prosadila.

„Mám z toho velkou radost,“ řekla nám Jana Sýkorová bezprostředně po vyhlášení vítězů v Praze. „Byl to náročný den a už se těším, až to doma oslavíme,“ dodala „stříbrná medailistka“, očividně znavená

celodenní obhajobou plánu a následným vyčkáváním na rozhodnutí poroty. Ta posuzovala vedle proveditelnosti podnikatelského plánu i další kritéria. „Číslo nejsou pro porotu rozhodné tím nejdůležitějším faktorem,“ vysvětlila manažerka společenské odpovědnosti v T-Mobile Petra Pavičová. „Snad ještě důležitější je kvalita osobnosti podnikatele a také, jaký přínos bude mít projekt pro danou komunitu v místě realizace.“



Slánská laktiční poradna přísné podmínky poroty evidentně splňovala. Pro ty, kteří netuší, o čem jde: poradna vlastně učí maminky správně kojit, usnadňuje jim první měsíce po porodu, jelikož velká většina maminek neví, jak ke kojení správně přistupovat. Velmi rychle tak s kojením přestávají a nahrazují kojenecké mléko jinou stravou, což je podle slov slánské podnikatelky „velká škoda“. Jana Sýkorová uspěla také díky pomoci CPPP a coworkingového centra Podnikání všem.

Jeho klientky mají často velmi dobré nápady, ale neví si rady, jak je uplatnit v praxi. Proto jsou v centru koučové, kteří formou „firmy nanečisto“ klientkám radí, jak na to, a pomáhají plán upravit tak, aby byl konkurenceschopný. To byl i případ Jany Sýkorové. „Jana je jednou z 10 maminek, které

se účastní našeho projektu v Podnikání všem. Máme radost, že právě u nás vznikají tak skvělé podnikatelské plány. To, že se Jana umístila se svojí laktiční poradnou dokonce druhá ve středních Čechách, je obrovský úspěch,“ řekla Lucie Mazalová, odborný pracovník a jeden z koučů coworkingového centra. „Nejdůležitější pro mě byly semináře o podnikatelském plánu, co by měl obsahovat, včetně tvorby cen a reklamy nebo SWOT analýzy,“ řekla k tomu sama finalistka regionálního kola. V Podnikání všem se momentálně testují další zajímavé plány: „biobedýnky“, podporující lokální farmáře, vegetariánská restaurace nebo dřevostavby. Všechny nápady vymyslely maminky, které se starají stejně jako Jana Sýkorová o malé děti, ale věří, že dokáží skloubit rodinu s podnikáním. Uvidíme některý z těchto projektů v soutěži Rozjezdy i za rok? To je skutečně jen na vás! „Pokud i vy chcete odstartovat vlastní



Jana Sýkorová s dcerou

podnikání a chcete mít výborný a promyšlený podnikatelský plán, můžete od září vstoupit do dalšího kola našeho projektu,“ vyzvala Lucie Mazalová. Úspěch Jany Sýkorové totiž dokazuje, že i na rodičovské dovolené lze úspěšně podnikat. Projekt „Nové vize co-workingu jako cesta k posílení pracovních příležitostí žen“ je financován Evropským sociálním fondem a státním rozpočtem v rámci Operačního programu Lidské zdroje a zaměstnanost.

Marek Bartoš

Více informací najdete na:

www.podnikanijereseni.cz a www.cppp.cz

nebo nás kontaktujte na:

Cvičné coworkingové centrum

Podnikání všem

Doberská 357, 272 04 Kladno

tel: +420 313 035 281 mail: bartos@cppp.cz



Jóga vám nepostaví život na hlavu

Zpevněte si tělo jógou!

Cílem jógy není udělat z člověka svalovce, ačkoli to někteří předpokládají, když se snaží cvičit pouze vybrané náročné pozice. Nicméně mnohé ásány mají velmi dobrý vliv na tonizaci svalů. Pokud jsou prováděny správně, pak časem svalové úsilí ustoupí a člověk je začne praktikovat lehce a bez námahy. Přílišné úsilí, stejně jako pocity bolesti do jógy stejně nepatří, protože odporují zásadě ahinsa – nenásilí. Neublížení a nenásilí se týká i nás samotných, tato zásada platí nejen na okolní svět, ale také směrem do nitra člověka. Její uplatnění při cvičení jógových pozic spočívá právě v jejich klidném a nenásilném provádění. Jóga, to je úsilí, ale nikoli násilí.

Následující dvě pozice mají blahodárný vliv nejen na páteř, ale především na zpevnění celého těla. Pokud trpíte bolestmi krční páteře, je třeba k nim přistupovat velmi obezřetně a před cvičením protáhnout krk a šíji. Obě polohy jsou variantami pozice kruhu, čakrásány. Zkuste je pomalu, nespěchejte, aby tělo mělo možnost zesílit a přizpůsobit se. Poloha můstku připomíná můstek v japonských zahradách. Položte se na

záda, pokrčte nohy a přitáhněte je k hýždím na vzdálenost asi 15 centimetrů. Dlaně položte pod rameny, prsty rukou směřují dolů a lokty vzhůru. S hlubokým nádechem zvedněte tělo vzhůru, hlavu opřete temenem o podlahu. Tíha těla spočívá na chodidlech, rukou a hlavě. V poloze setrvejte, jak je vám příjemné, nejdéle asi dvacet sekund, pak odlehčete hlavu, položte ji na podložku a postupně pokládejte celé tělo. Natáhněte nohy a ruce a odpočiňte si. Asi po týdnu pravidelného opakování můžete pokročit dál, do pozice úplného můstku. Postupujeme stejně jako v prvním případě, ale pak uvolníme ruce, váha těla spočívá pouze na chodidlech a temeni hlavy. Ruce spojíme dlaněmi k sobě před hrudníkem. Tomuto spojení rukou se říká namaskármudra (mudra pozdravu). Setrváme opět asi dvacet sekund. Pokud by se objevily svalové křeče v rukou, odstraníme je svíráním ruky v pěst a roztahováním prstů, pokud by nastal v nohou, pomůžeme si ručníkem namočeným v teplé osolené vodě.

Světa Prokešová,
lektorka jógy

www.jogastars.cz

fejeton

Bez předpovědi počasí ani náhodou

Já vím, počasí je určující veličina přírody, a umět ho předvídat lidstvu přináší velké hodnoty. Na druhé straně – počasí nás má v hrsti. K čemu by byly deštníky, kdyby nepršelo, že... K čemu zas opalovací krémy, když by nebylo se proč opalovat, kdyby nepražilo slunce... Ale hlavně, kdybychom nevěděli dopředu, jak bude, kdyby nás média, instituce a firmy nechaly jen tak, na pospas sobě samotným! Kdyby nás dopředu nesměrovaly, jak se zařídit, až to či ono přijde... Kdyby nás neuváděly v běs a pomatení smyslů, nepůsobily davovou psychózu. Co na tom, že každý cítíme, že je mráz nebo parno, že přší nebo je pod mrakem! Co na tom, že máme na zdi či na okenním rámu teploměr, který po léta spravedlivě funguje. Ne ne, to je málo. Počasí potřebuje předpověď, aby se i člověk lépe spotřebitelsky přizpůsobil. Z počasí se holt začala dělat komerčně zdůvodnitelná nadvěda, která vyvolává paniku, nedá nám spát. Z počasí jsme nervní a vyděšení. Asi je to vývoj a má to tak být. Ráno vstaneme, pustíme televizní zpravodajství, zapneme počítač a najedeme na portály o počasí, v koupelně pustíme rádio, abychom slyšeli, jak bude. Co na tom, že se zaručené informační zdroje liší i o několik stupňů, a že Celsiova stupnice z toho pláče. Nemyslíme, už víme, jak bude. Oblékne se a... Překvapení se koná. Venku je jinak, než jsme odposlechli. Naletěli

jsme. Otevřít okno, vystrčit nos a nastavit tvář pravdě, kdeže ty loňské sněhy jsou! Já vím, mít správné info o počasí, to je dnes prvek ekonomických strategií, a zdaleka nejen pro zemědělce. Vědět, jak to bude s počasím na silnicích, jak s počasím v nebi, jak s počasím u vody, jak s počasím a kosmetikou, a vůbec. Počasí je také hnacím motorem pro jídelní lístky v restauracích i cukrárnách, čajovnách i zmrzlinárnách. Když je horko, určitě nejde na dračku knedlo vepřo zelo, když mrzne, málokdo má chuť na nanuka. Jakmile začnou vedra k neudýchání, lidé nakupují klimatizační jednotky, až se hory zelenají. Když začnou lijáky, klesá poptávka po plavkách a ceny letí dolů. Obchodníci by mohli vyprávět. Počasí má vysledovatelný vztah také k lásce. Pamatujete se, jarní sluníčko, vyhráté meze, to se to randilo! A kolik trapasů přitom vzniklo! Byli jsme bázlživější, slušnější, opatrnější, ale láska kvetla z lásky, bez velkého komfortu. Dnes je to jiné – jsme choulostiví, máme rádi zázemí, a bez peněz se milostný poměr už také neobejde. Láska chodí cestičkami fit center, diskotekových barů, kin s občerstvením. Ve všem je předpověď a peníze. Vábení triček z tenké bavlny, když se slečna sehne, aby si uvázala tkaničku u tenisek, vypadá docela pěkně, a vlastně je to normální. Odkrývání určitých tělesných partií je in, je neoddiskutovatelné. Ruku v ruce s tím táhne módní průmysl a logiku to má. Léto zavelí a zaláskovaní i budoucí zamilovaní se obléknou či svléknou, inu kult vztahu a výjimečnosti došel svých všedních dnů a něco stojí. Nápojový průmysl je zastáncem horkých prázdninových dnů, jak by ne. Zaměstnavatel je povinen zbavit

pracovníky zíně, jinak je to na žalobu. Výrobci nealko jsou spříznění s počasím a divit by se tomu mohl jen málokdo. Také firmy, které chrlí deodoranty a osvěžovačů různých typů jsou pro to, aby léto trvalo celý rok. Držím jim palce. Na rozdíl od prodejců plynu a elektřiny, kteří, když plánují, vzývají pánaboha, aby drsný podzim začal již koncem září a přetrvál do začátku června. Topte, přitápějte, klienti naši zlatí, jako bych slyšela. Jak je to s producenty léků třeba pro alergiky, nejrůznějších doplňků stravy, vitaminů, aspirinů, to však věru netuším. Nemocní jsme v průběhu roku stejně v zimě jako v létě, virózy, chřipky, nachlazení, kaše a rýmy, dokonce i angíny máme stále, a nejen tehdy, když rtuť teploměru vibruje mírně nad nulou. Ať chceme, nebo ne, roční období ztrácí své přirozené charisma, svou vůni, svůj jas či ponuřost, chladivý vánek a lechtání paprsků. Důležitější je předpověď – vědět, jak bude. Nevnímat, jak je. Možná je to správně. Nevyznám se v tom. Byla zima, navlékli jsme svetr a rukavice, bylo teplo, odhodili jsme dlouhé rukávy i nohavice. Dnes ne – vlastní úsudek jde stranou. Nejdříve si musíme každý den ráno nechat nakukat, jak bude, a už vůbec nebereme v potaz, že předpověď se může také mýlit, netrefit, odchýlit či uhnout. Uvádíme sami sebe do stresu při úvaze, zda nám nebude zima či horko. Uvykli jsme navozovat si úzkost, že bude jinak, než bychom potřebovali. A stačilo by tak málo: ráno otevřít okno dokořán... A emoce, těmi si nechat pošimrat tvář do úsměvu. I když patříme třeba k producentům limonád a zrovna leje.

Eva Brixi

Hrajeme si, učíme se

Když za mnou minulý rok přišly zakladatelky yourchance o.p.s., zda bych pro ně chtěla vést nový projekt zaměřený na finanční gramotnost, přijala jsem to hned z několika důvodů. Prvním z nich byla potřeba realizace při rodičovské dovolené – při starosti o dítě sice získáváme důležité nové schopnosti a dovednosti, nicméně je potřeba se stále rozvíjet i v jiných věcech, aby člověk neztratil kontakt s „realitou“. Dalším, a asi podstatnějším, důvodem byla možnost dělat něco užitečného pro zlepšování českého školství a vůbec myšlení a potažmo chování českých lidí.



„Finanční gramotnost do škol CZ“ je portál určený každému, kdo se chce finančně vzdělávat. Zvláště pak je zaměřen na ty z vás, kteří chtějí zvyšovat finanční gramotnost (svých) dětí, ať už jsou základní, či střední školou povinné. Je místem, kde jsou shromažďovány informace ze světa financí a kde najdete originální materiály, které lze při výuce finanční gramotnosti využít. Projekt Finanční gramotnost do škol má úspěšně za sebou svůj první rok fungování. Na začátku vzniklo 15 základních pracovních setů (video, pracovní list, kvíz) pro základní školy a 15 pracovních setů pro střední školy určených přímo do výuky, o jejichž zaslání se přihlásilo bezmála 500 učitelů. Za zmínku stojí také sada krásných omalovánek pro nejmenší děti. Každý měsíc pak vznikly další materiály zaměřené na určité téma dle „tématu měsíce“ a každý měsíc jsme také uspořádali k danému tématu jeden webinar (seminář pořádaný on-line). Tolik jenom na úvod, abyste si udělali představu, k čemu portál slouží a co už máme za sebou. O čem se chci ale hlavně zmínit, je soutěž, kterou jsme na portálu uspořádali na jaře tohoto roku. Hlavním důvodem, proč jsme se rozhodli soutěž připravit, je zapojení herního principu do výuky. Jak řekl již Komenský: „Hra je radost. Učení při hře jest radostné učení.“ Možná to znáte sami – jakmile při výchově svých dětí zapojíte hru, hned jde všechno snáze a dítě je přístupnější zvládat i činnosti, které by klasickým způsobem dělat nechtělo. Navíc hra umožňuje získávat nové vědomosti zážitkovým způsobem a je již známo, že v nás tento způsob zanechává poznatky mnohem hlouběji a ty pak v nás tedy zůstávají déle než při klasické metodě (učebnice/přednáška apod.). Druhým důvodem pro konání soutěže byla také propagace portálu – soutěž vám totiž otevírá možnost dostat svou činnost do širšího povědomí ostatních. Lidé (a zvláště děti) jsou totiž přirozeně soutěživí, takže se rádi zapojí a pak při hře získají nové zážitky, o kterých budou rádi mluvit dále. Na internetu najdete spoustu soutěží, které jsou „bez práce“ – tj. dotazníkovou formou, kde odpovědi na otázky naleznete jednoduchým surfováním na internetu. My jsme hru záměrně



Ing. Kateřina Lichtenberková

udělali tak, aby byly děti nuceny opravdu pracovat, a to ve skupinách. Kromě nových znalostí si tedy účastníci vyzkoušeli i týmovou práci a další interpersonální dovednosti. O to složitější bylo vyhodnocování soutěže. A teď konkrétně – o co šlo? Soutěž nesla název „Rozpočti si to!“, a jak už sám název napovídá, jejím tématem byl rodinný rozpočet. Byla určena pro čtyřčlenné týmy složené z žáků ZŠ a jejich rodičů či učitelů – obtížnost jsme zvolili trochu vyšší, aby byli dospělí nuceni se také zapojit (v oblasti finanční gramotnosti mnohdy totiž děti vědí více než dospělí a hra měla vzdělávat všechny). Během čtyř on-line kol se hráči seznámili se základními částmi rodinného rozpočtu, jimiž jsou příjmy, výdaje a investice. Kromě toho si udělali přehled na českém trhu bank a v rámci bonusových úkolů měli také možnost osvojit si další metody finančního vzdělávání, jako jsou deskové hry, videa apod. A 11. května potom proběhlo v OA Kollárova v Praze finále, do kterého postoupilo 20 nejlepších týmů. Ty si vyzkoušely deskovou hru Cashflow od Roberta Kiyosaki a zábavnou formou představily sebe a získané poznatky ze soutěže před odbornou porotou. Zájem o soutěž nás celkem překvapil. Cílem byla účast 100 týmů. Skutečnost byla dvojnásobná.

V nevelkém realizačním týmu s minimálním rozpočtem bylo celkem náročné tento počet řídit. Nejnáročnější bylo vyhodnocování 1. kola, kdy jsme v malém počtu hodnotitelů a v krátkém čase museli zkontrolovat velké množství rodinných rozpočtů a jiných tabulek. A tady nám velice pomohli naši dobrovolníci z řad ekonomů a praktiků v oblasti financí. Soutěž mi dala mnoho nových zkušeností. Když se podívám zpátky, musím říci, že jsem si před jejím konáním vůbec nedokázala představit obtížnost tohoto počínu. Při dvou malých dětech – které teď (naštěstí) sladce spí, zatímco píši tento článek – to byla spousta probdělých nocí. Ale stálo to za to, jak dokazují ohlasy některých účastníků:

„Děkujeme moc za nevšední zážitek se hrou. Čas při ní strávený pro nás rozhodně nebyl ztrátou, ba naopak. Nejen že jsme se naučili hodně nových věcí, ale také jsme měli prostor spolu trávit více času, což je nezaplacené.“
Kačka Ducháčková a její rodina

Pro nový školní rok připravujeme více takovýchto hravých příležitostí – mimo jiné na téma podnikání, abychom dětem ukázali, že jsou i jiné cesty, než se stát zaměstnancem. Pokud se k nám chcete přidat a podpořit náš projekt, ať už finančně, odborně, či jinou troškou do mlýna, najdete nás na www.financnigramotnostdoskol.cz.

Ing. Kateřina Lichtenberková, manažerka projektu



Sýry na váš letní stůl

Letní posezení s přáteli na zahradě, k tomu něco na zub, třeba sýry, zelenina, bylinkový čaj, lehké víno, prostě idylka, kdy člověk zapomíná na starosti a plnými doušky si užívá slasti léta a jen tak nicnedělání... Z těch dobrot, které se na stole mohou objevit, bychom rádi upozornili na sýry proslulé značky, kterou patrně již znáte, ale možná nevíte, že je od května lze nakupovat v nové nádherné prodejně...

Skupina Brazzale, nejstarší italský rodinný podnik mlékařsko-sýrařského odvětví, totiž otevřel svou již devátou a největší prodejnu řetězce značkových obchodů s názvem „La Formaggeria Gran Moravia“, a to přímo uprostřed Václavského náměstí v Praze. Nová vlajková prodejna s typicky italskou atmosférou nabízí na ploše více než 200 m² kompletní sortiment čerstvých a zrajících sýrů, másla a mléčných výrobků jak z moravské sýrárny Gran Moravia v Litovli, tak z Itálie, Francie a Švýcarska. Sortiment doplňují italská vína, těstoviny, olej, krájené italské uzeniny a další převážně italské lahůdky. Nabídku prodejen sítě „La Formaggeria Gran Moravia“ mohou v současné době kromě Prahy využívat také zákazníci v Brně, Českých Budějovicích, Hradci Králové, Olomouci, Ostravě a v Liberci. „Většinu sortimentu sami vyrábíme nebo

dovážíme, proto jej můžeme prodávat za velice příznivé ceny. V nabídce máme sýry z kravského, ovčího, kozího a buvolího mléka. Samozřejmostí je ochutnávka vybraného sýra, jeho správné nakrájení a vhodné zabalení. Také Vám doporučíme kombinace sýrů a vín a recepty,“ uvedl Claudio La Carbonara, ředitel sítě prodejen La Formaggeria Gran Moravia. Atraktivní novinkou v nabídce prodejen „La Formaggeria Gran Moravia“ je řada mléčných výrobků „Čerstvé z naší sýrárny“, která je v rámci trhu ojedinělá. Je to skupina čerstvých výrobků vlastní výroby, které každý den dodává sýrárna Litovel přímo do speciálně pro ně určené lednice. Výrobky jako ricotta, mozzarella, giuncata, caciotta, vážené čerstvé máslo, mléko, jogurty a ochucená syrovátka představují v České republice příjemné osvěžení.

Skutečnými prodejními hity jsou však sýr Gran Moravia a čerstvé máslo, obojí krájené a balené přímo v prodejně. Zatímco spotřeba másla je pro středoevropské země obvyklá, zvláštní uspokojení a zájem vzbudilo uznání, že se ze strany veškeré klientely dostalo Gran Moravii, sýru sladké a bohaté chuti, jehož vlastnosti dokonale ladí s každodenní českou kuchyní. Širokou nabídku pochutin doplňují krásné obrazové publikace vyprávějící o italských regionech a jejich gastronomických



specialitách a přinášející recepty dostupné všem. Prodáváci v prodejnách jsou neustále školeni, a mohou tak zákazníkům poskytnout veškeré informace o výrobcích a jejich úpravě. Roberto Brazzale, odpovědný za tento projekt, událost komentoval: „Každý den činíme šťastnými tisíce zákazníků, kteří objevují kouzlo čerstvých a zralých výrobků z naší sýrárny, i dalších ingrediencí tradiční italské gastronomie, které pro ně vybíráme. Díky přímému kontaktu výrobce a zákazníka jsou naše vysoce kvalitní produkty přístupné všem peněženkám.“

(tz)

