

Madam[®] BUSINESS

PROSPERITA

srpen 2014

Letní popěvek

Eva Brixí

Bouřka prší v šerém tichu
Dusno krájí oblohu i vztahy
Chtěla bych ti něco říci
Prostor mám však malý
Hromem stíháš moje slova
Nevyřčená

Tvoje tvář je rozezlená
Nevím proč se muži brání
Když netuší čemu
Každý přece hledá
Jen tu svoji nejvěrnější ženu
Počkám v klídku na poslední blesky
Pak už bude jenom hezky...

Mieczyslaw Molenda

Business je dnes rychlík
rozhovor na stranách 10–11

Přijďte posedět a doladit den.

I váš business může být sladký.

Ochutnejte naše dorty, zmrzliny a poháry.

Odnesete si dobrou náladu a chuť se vrátit.

www.cafe-charlotte.cz



Pečené čaje slaví úspěch

Jít proti proudu se někdy vyplatí, ale vydrží jen silní. Tak je to ve všem, dvojnásobně v podnikání. Firma Nature Notea, s.r.o., se sídlem v Praze a výrobou v Hrušové u Vysokého Mýta, byla postavena na originálním nápadu. Proslavila se pečenými čaji a po těžkých začátcích dnes sbírá u zákazníků vavříny. O tom jsme hovořili s jednatelem firmy Jiřím Gabrielem.

***artesa**
SPOŘITELNÍ DRUŽSTVO



Už z názvů vašich produktů se sbíhají sliny. Co tvoří jejich nenapodobitelnou a výtečnou chuť?

Chuť našich výrobků je nenapodobitelná díky tomu, že nepoužíváme žádné náhražky ani aroma, barviva, natož konzervanty. Výrobky jsou tvořeny z 99 procent z celého ovoce. A snažíme se dodržovat zásady našich babiček.

Nad pečenými čaji mnohý nevěřičně kroutí hlavou, tím víc, když se dozví o jejich úspěchu. Jak vznikly, co je jejich „obchodním tajemstvím“ a kde jsou k mání?

Pečené čaje jsem vyvinul a snažil umístit na trh od roku 2005. Úspěchu na trhu předcházela léta odříkání a pracovního nasazení s přibližně 1200 ochutnávkovými akcemi a výstavami. Od roku 2009, kdy se vyvinuly jednorčecové čaje, se tento nápoj velice rozšířil. Pravý pečený čaj je slazen cukrem, aby docházelo ke karamelizaci, a je skutečně pečen. Je to směs ovoce, cukru a koření. Kde se dá koupit? Ve všech prodejnách, kde mají



rádi kvalitní originální výrobky, a ne napodobeniny.

Byly počátky vašeho podnikání opravdu hodně těžké? Co pro dobrý start firmy považujete za klíčové?

Začátky byly velmi těžké, neboť jsem začínal bez jakékoli povědomosti o potravinářství, a navíc prakticky s nulovým kapitálem. Co je klíčové pro dobrý start? Nevzdávat se. Člověk ale musí zvážit, že nic není zadarmo, a být si vědom, co touto vydrží ztratit!

Z čeho mohou těžit malé a střední firmy, a co je nejvíce ohrožuje?

Malé firmy dnes mají výhodu díky legislativě a jsou schopné vyrábět malé série výrobků, což je pro velké firmy neekonomické. Avšak mnoho těchto firem skončí na obchodní strategii, neboť dlouhodobě nedokážou udržet obratkovost, tím i svoji životní úroveň a jsou závislé na jednotlivci. Navíc banky reagují až po druhém roce fungování, a to je zhruba období, kdy se rozhoduje o bytí či nebytí firmy.

Prozradíte své podnikatelské plány? Jakými novinkami obohatíte trh?

Rád bych prozradil, ale napovídat nic nebudu, neboť vymáhání autorských práv v České republice je na léta a autorské firmy a autoři na ně ani nemají čas. Proto jedinou výhodou před nekalou konkurencí je čas, protože kdo je na trhu první, toho si tak budou obchodníci i zákazníci více pamatovat.



připravil Pavel Kačer
www.pecenecaje.eu



Lidé dobrý chleba ocení

***artesa**
SPOŘITELNÍ DRUŽSTVO



Chléb má mezi potravinami naprosto výjimečné postavení, a proto se mu po staletí říká „boží dar“. Ale upéct pocitivý, chutný a dlouho čerstvý pecen neumí každý. K mistrům svého oboru patří pekaři a cukráři z Lična u Opočna. V čem spočívá tajemství jejich úspěchu, o tom jsme hovořili s Miroslavou Valovičovou, ředitelkou obchodního oddělení společnosti BEAS, a.s.

Lidé většinou nevědí, že za vynikajícím chlebem z Lična nebo cukrárnou v Le-tohradu se skrývá společnost BEAS. Jak byste firmu charakterizovala?

Firma BEAS patří mezi nejvýznamnější dodavatele pekařských a cukrářských výrobků na území Královéhradeckého a Pardubického kraje. Celkem zásobuje tisíc odběrných míst. Kvalita výrobků a spokojenost zákazníka jsou naší prioritou. Dvaadvacet našich výrobků je oceněno značkou Klasa, v letech 2010 a 2012 jsme získali ocenění chléb roku, v letech 2011–2014 jsme získali ocenění Chléb vynikající kvality.

Upéct chutný chléb, křupavé pečivo a lahodné cukroví je pořádný kumšt. Co k tomu musíte mít – šikovné pekaře, špičkové technologie, kvalitní suroviny nebo všechno dohromady?

Řekla bych, že všechno dohromady, hlavně chuť do práce a pracovat tak, abychom dodávali na pulty kvalitní výrobky, které bude zákazník kupovat.

Chlubíte se oceněním Česká chuťovka, patříte ke Štikám českého businessu, připravujete Regionální potraviny Královéhradeckého kraje. Myslíte si, že zákazníci vždy poznají, co je dobré, a nenechají si to jen pro sebe?

Ze zkušeností víme, že zákazník vyhledává častěji produkty ze svého regionu a je ochoten reagovat na to, když mu něco chutná a je spokojen. Od roku 2006 se účastníme soutěže Potravina a potravinář Královéhradeckého kraje, kde hlasují zákazníci na základě ochutnávky výrobků. Náš Ličenský chléb se každý rok umístil na první příčce, to znamená, že byl vyhodnocen jako

potravina Královéhradeckého kraje. Pouze v loňském roce ho „předběhly“ Hovorkovy hořické trubičky. Ličenský chléb je vyráběn tradiční recepturou, tedy z kvásku. V současné době se touto recepturou zabývá pouze pár pekáren v ČR, jelikož tato výroba je složitější a nákladnější než receptury ze stabilizovaných kvasů. Letos jsme se soutěže zúčastnili také, tak uvidíme...

Ve vašem řemesle se víc sází na tradiční recepty, osvědčené výrobní postupy a léty prověřený fortel. Zavádíte i novinky, nebo se podnik a spotřebitelé bez nich obejdou?

Novinky je třeba zavádět, jelikož se chuťové zvyklosti lidí neustále mění. Nejvíce na trhu chybí celozrnné výrobky, které zákazníci častěji vyhledávají. Mezi naše nečerstvější novinky patří Chléb Zrník, který je vyroben z celozrnné žitné mouky a bez „ěček“. (na snímku)

Patříte k významným sponzorům aktivit v blízkém i vzdálenějším okolí. Dokážou i tohle lidé ocenit?

Myslím si, že v současné době jsme jedna z mála firem, která ještě sponzoruje aktivity, jak sportovní, kulturní, tak školské. Dle mého názoru to lidé dokážou ocenit, protože kde dnes dostanete něco zdarma?

povídal si
Pavel Kačer

www.beas.cz



Naučili jsme se žít čtvrtletně...

Co dělat v létě? Není ta otázka vyústěním hysterie či psychózy nás mnohých? Na léto se těšíme pořád skoro jako školáci, kteří mají před vysvědčením, sníme o nádherné dovolené, nových zážitcích, úspěších, o tom, co ještě stihneme do konce roku. Napadlo mne, zda na to vymodlené léto nespolehneme až příliš. Jako by jiná roční období nebyla ta pravá, ani hravá, nebyla příležitostí, již je potřeba právě teď využít. Pravda, i prosinec bývá zvláštním zlomovým měsícem, jako by nám Vánoce napovídaly, že se blíží konec světa a od ledna že bude všechno úplně, úplně jinak. Budiž, rok se kalendářně přece jen mnohým uzavírá. Roční období jsou významné mezníky, a určitě nejen proto, že jednou sejeme, podruhé sklízíme. Naučili jsme se žít čtvrtletně, a to už kdysi dávno, kdy lidé neznali diáře, energetické nápoje nebo termínované vklady. Myslím si však, že naplňovat své sny bychom měli každý den, každý týden i měsíc. Naostro, s odhodláním i vidinou cíle. Radovat se plnohodnotně teď, uvědomovat si, že jsme dost silní být odvážní, veselí, přející. Co na tom, jestli máme jednu plavky a jindy ušanku.

Eva Brixi



Tip Grady

Asertivita – umění být silný v každé situaci



Existují jednoduché způsoby, jak se prosadit. Ty přináší tato kniha. Poradí vám a na příkladech ukáže, jak jednat asertivně, vybaví vás technikami ke zvládnutí celé řady situací v práci i osobním životě: získat respekt na pracovišti; vyjít s rodinou, přáteli a sousedy; být sebejistí během prezentací a porad; získat plnohodnotné služby od obchodníků, řemeslníků či na úřadech; zvládnout nepříjemné chování nebo jednání a vyrovnat se s konflikty; vyjít se svým nadřízeným a dokázat říci „ne“; udržet si svoji asertivitu a s ní i kvalitní a vyvážený život.

partneři www.madambusiness.cz

generální partner:

DESIGN4net

www.design4net.cz

hlavní partner:



www.ovus.cz

partneři:

your chance

www.yourchance.cz



www.svatebni-dorty.cz



www.pardubickypernik.cz



www.tsoft.cz



www.coop.cz



www.konopnyshop.cz



www.vinoabobule.cz



www.modelpraha.cz



www.zpmvcr.cz



www.zts.cz



www.laznejachymov.cz

Prosperita Madam Business

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 8, červenec 2014

Vydává RIX, s. r. o., Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9

Šéfredaktorka: PhDr. Eva Brixi-Šimková, e-mail: bixi@prosperita.cz, mobil: 602 618 008

Obchodní ředitel: Martin Šimek, e-mail: martin@iprosperita.cz, mobil: 606 615 609

Grafický design: Michal Schneidewind, Korektury: Mgr. Pavla Rožníčková

Tisk: Beton & Print, s. r. o., Distribuce: 5 P Agency, spol. s r. o.

Placené textové materiály jsou označené grafickým symbolem

www.madambusiness.cz

Šéfredaktor: Martin Šimek

Internetový marketing: Media Know, www.mediaknow.cz

Doporučujeme vám kosmetickou poradnu GERnétic na **www.madambusiness.cz**



Co by podle vás nemělo chybět v moderním marketingu?

Hana Chytrá
PR & Marketing
Xerox Czech Republic, s. r. o.

Především by stále měl být zachován princip marketingového mixu, který tvoří gró každé marketingové strategie. Od produktové a brandové strategie, přes cenovou politiku, integrovanou marketingovou komunikační strategii až po reklamu, podporu prodeje či PR. V dnešní době s maximálním přihlídnutím k on-line marketingu ve všech jeho podobách (web, mobilní aplikace, sociální sítě, blogy atd.). Velmi se mi také líbí myšlenka H2H marketingu (human2human), která se snaží smazat hranice mezi B2B a B2C marketingem.



Mají to podnikatelky a manažerky v životě složitější než jejich mužské protějšky?

Dr. Lubomír Ondroušek
1. místopředseda Společnosti autodopravců Čech a Moravy (SAČM) a předseda představenstva společnosti Transcentrum, a. s.

Určitě složitější. Vždyť oproti mužům jsou to především ony, kdo nesou největší břímě výchovy dětí, péče o dobré fungování rodiny a další. Na druhé straně, a v tom je obdivuji, dokáží řadu pracovních i rodinných povinností obdivuhodně skloubit, a když vezmu jejich manažerské působení, umí velmi úspěšně vyjednávat, nepostrádají cit a pečlivost, na spoustu věcí pohlížejí zcela jinak, jaksí více z nadhledu, a proto nacházejí často netradiční nicméně účinná řešení. Podle mě si ženy na manažerské pozici váží dosaženého vzdělání a spolu s praktickými zkušenostmi vše dokáží často lépe zúčtovat než muži. A v tom jim fandím.



Informace do kabelky

Regenerační krém na nohy Crème Soin des Pieds od francouzské kosmetiky GERnétic

Novinka na trhu se jmenuje Crème Soin des Pieds a představuje lehký krém se snadným vstřebáváním, speciálně vyvinutý pro regeneraci a osvěžení unavených nohou, výživu a obnovu suché, popraskané pokožky a nehtových lůžek. Má antiseptické a zvláčňující účinky. Podporuje růst zdravých nehtů. Příjemně se s ním pracuje. Pokožce nohou přináší pocit vysokého komfortu. Po aplikaci můžete ihned vklouznout i bosou nohou do bot, „neujedete“. Přípravek za-
koupíte v Kosmetickém centru GERnétic a v dalších salonech pracujících s kosmetikou této značky.
www.gernetic.cz (tz)



Firmy se letos v Česku rychle množí



Počet nově založených firem* v období 2007 až 1. pololetí 2014

	1. pol. 2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007
s. r. o.	12 313	22 227	21 592	21 174	22 460	21 756	22 638	21 063
a. s.	244	618	862	1159	1174	1095	1336	3967
celkem	12 557	22 845	22 454	22 333	23 634	22 851	23 974	25 030

Celkový počet firem* v ČR v období 2007 – 1. pololetí 2014

	1. pol. 2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007
s. r. o.	375 631	366 432	348 334	332 987	316 429	296 787	280 736	261 946
a. s.	25 147	25 120	24 937	24 714	24 042	23 221	22 888	21 932
celkem	400 778	391 552	373 271	357 701	340 471	320 008	303 624	283 878
meziroční změna	2,36 %**	6,86 %	4,35 %	5,06 %	6,39 %	5,40 %	6,96 %	–

*statistika zahrnuje jen „kapitálové“ společnosti, tj. společnosti s ručením omezeným a akciové společnosti, nikoliv například komanditní společnosti nebo společenství vlastníků apod.

**změna 31. 12. 2013 až 30. 6. 2014

Zdroj: Bisnode

Nově vzniklé firmy* v 1. pololetí 2014 podle krajů

Kraj	Počet společností	Podíl
Jihočeský kraj	383	3,05 %
Jihomoravský kraj	1469	11,70 %
Karlovarský kraj	155	1,23 %
Královéhradecký kraj	276	2,20 %
Liberecký kraj	190	1,51 %
Moravskoslezský kraj	917	7,30 %
Olomoucký kraj	379	3,02 %
Pardubický kraj	283	2,25 %
Plzeňský kraj	331	2,64 %
Praha	6256	49,82 %
Středočeský kraj	704	5,61 %
Ústecký kraj	366	2,91 %
Vysočina	219	1,74 %
Zlínský kraj	305	2,43 %
neurčeno	324	2,58 %
Celkem	12 557	100,00 %

Nové firmy v Česku přibývají rychlým tempem. Jen v prvním pololetí jich vzniklo 12 557, což je o 4,43 % více než ve stejném období loňského roku. Pokud tento trend vydrží, bude v roce 2014 založeno nejvíce firem od předkrizového roku 2007. Do základního kapitálu letos podnikatelé investovali 5,5 miliard korun. Celkový počet společností registrovaných v ČR se blíží 401 000. Informace vyplývají z databází a výpočtů poradenské společnosti Bisnode.

Za prvních šest měsíců letošního roku bylo v České republice zaregistrováno 12 557 nových firem. „Pokud budou nové firmy i v druhé polovině roku vznikat stejným tempem jako doposud, tak letos vznikne nejvíce firem za posledních osm let a jejich počet přesáhne rekordní předkrizový rok 2007. Jde o další pozi-

tivní zprávu a zdá se, že tuzemská ekonomika má před sebou poměrně dobré vyhlídky,“ komentuje statistiky analytička Bisnode Petra Štěpánová.

K 30. červnu 2014 Bisnode ve svých databázích evidoval 400 778 firem, z toho 25 147 (6,3 %) akciových společností a 375 631 (93,7 %) společností s ručením omezeným. „Podíl akciových společností na podnikatelské základně klesá. To mimo jiné souvisí se zákazem anonymních akcií v Česku a rozvojem malého a středního podnikání,“ uvedla dále Petra Štěpánová.

Nejvíce firem se dlouhodobě zakládá se sídlem v Praze. V prvním pololetí jich zde bylo založeno 6259 (49,8 %), následoval Jihomoravský kraj s 1469 (11,7 %) novými společnostmi, Moravskoslezský (917 nových, resp. 7,3 % z celku) a Středočeský kraj (704, resp. 5,6 %). Nejméně firem letos vzniklo v Karlovarském kraji (155), Libereckém kraji (190) a na Vysočině (219). (tz)

Až 3,4 % ročně – Akcenta zvýšila úrokové sazby

Akcenta, spořitelna a úvěrní družstvo zvýšila v červenci úrokové sazby u svých spořicíh produktů. Jde tak proti trendu, kdy většina bank úrokové sazby spíše neustále snižuje. Výrazně také zjednodušila přehled úrokových sazeb. Aktuálně nabízí stejné sazby bez ohledu na objem vložených peněz. V nabídce už také nejsou krátkodobé spořicí produkty v délkách do dvou let.

„Zvýšit úrokové sazby ve chvíli, kdy ostatní sazby snižují, nám umožňuje naše strategie, v rámci které se soustředíme především na dlouhodobější vklady. Ty jsou mezi našimi klienty velmi oblíbené, proto je chceme ještě více zatraktivnit.

Naši nabídku tak nově tvoří pouze tři, čtyř a pětileté vkladové produkty, které mají výhodnou úrokovou sazbu bez ohledu na výši vkladu,“ řekl Petr Pištěk, člen představenstva a obchodní ředitel Akcenty, spořitelního a úvěrního družstva. „Na námi nabízený nej-

Nové úrokové sazby pro termínované vklady a spořicí účty v Kč

3 roky	2,70 % p. a.
4 roky	3,10 % p. a.
5 let	3,40 % p. a.

Minimální vklad u termínovaných vkladů je 1000 Kč

vyšší úrok 3,4 % ročně tak dosáhnou i drobní štrádatelé, kteří uloží několik tisíc korun na

dobu pěti let. Na termínovaném vkladu mají navíc jistotu neměnné úrokové sazby po celou dobu vkladu.

Nemalou konkurenční výhodou našich vkladů je navíc měsíční výplata úroků na běžný účet. Klienti je díky tomu mají pravidelně k dispozici,“ doplnil Petr Pištěk.

Spořicí produkty družstevní záložny Akcenta jsou pro klienty lákavé, tomu odpovídá nárůst objemu vkladů za letošní půlrok více než o 15 %. Vklady jsou 100% pojištěny podle zákona o bankách, tedy do výše ekvivalentu 100 000 eur. Klienti tak nepodstupují riziko, že by o své naspořené finance mohli přijít. Založit si termínovaný vklad mohou zájemci jak na pobočkách v Hradci Králové, Praze a nově i v Brně, tak také pohodlně „na dálku“ přes internet. Stačí vyplnit žádost na webových stránkách www.finance.akcenta.eu. (tz)

Na úspěšném businessu jsme v Café Charlotte všichni závislí



Cukrárny a kavárničky v jednom mají své jedinečné kouzlo. Odkládám zde stres, brzdím spěch, vychutnávám si nejen dobroty, jež mlsám, ale i chvíli svébytného nicnedělání, byť jde o pracovní schůzku či obchodní jednání. Ukrajuji zákusek stejně tak jako můj protějšek a užíváme si to, navzdory všem řečem o nezdravém životním stylu. Ta chvíle pohody vyrovná napjatý den více než desatero předsevzetí o tom, že bych měla hubnout. Pro psychiku to je dobrodíní, malá radůstka, a to je léčivější než drastické dieta (s tou začnu až zítra!). Oceňuji barvy, vůně, konzistenci, servírování a strašně ráda bych si přidala... Právě totiž sedím v cukrárně a kavárně Café Charlotte v Železné Rudě a povídám si s hlavním manažerem a spolumajitelem Ing. Jaroslavem Nechvátalem, MBA.

Posezení u dortíku a klasického zákusku patří k příjemným okamžikům dne. Co všechno by měl člověk v cukrárně najít?

Především určitý zážitek a uvolnění z denního běhu. Obecně platí, že nabídka má zaujmout (ne však cenou), prostředí cukrárny musí být pohodové a obsluha milá. To vše podtrženo čistotou.

Café Charlotte je vaše kavárna a cukrárna a hned od začátku, tedy od roku 1997 patří ke stálícím na cukrářském nebi. Co jste jí dali do vínku?

Od počátku bylo naší strategií získat si hosta a kvalitou naší nabídky a služeb jej přimět k opakování návštěvy v Café Charlotte. Snažili jsme se vytvořit stylové a příjemné prostředí s milou obsluhou, odlišit se od tehdy běžně nabízených dortů naší domácí výrobou a za použití čerstvého ovoce, tvarohu, živočišné šlehačky atd. Zmrzlinu nás učili vyrábět

zmrzlinářští mistři z Balkánu, v průběhu času jsme si i tuto recepturu upravili dle vlastní chuti. Sledujeme cukrářské trendy, neustále přicházíme s novými nápady.

Nejprve jste investovali, nebo jste začínali takřikajíc z ničeho, a až jste vydělali, pak jste nakupovali zařízení, stroje, přibrali zaměstnance?

Nápad provozovat cukrárnu vzešel v roce 1994. Od roku 1992 jsme podnikali spolu s manželkou v Železné Rudě, kde jsme provozovali prodejnu se sklem a dárkovým zbožím. Většinu naší klientely tvořili němečtí občané (české hory tehdy byly českým hostem opomíjeny) a jejich častý dotaz byl na možnost občerstvení kávou s něčím sladkým. To byl prvotní impulz. Poté se daly věci do pohybu, výsledkem byla na „zelené louce“ postavena Café Charlotte. Financování probíhalo jak z našich, tak z půjčených zdrojů. Naší snahou bylo od samého počátku nabízet komplexní

* **artesa**
SPOŘITELNÍ DRUŽSTVO



službu, tedy s plným strojním vybavením a plnou personální obsazeností.

Kdyby vám dnes například spořitelní družstvo či banka učinily exkluzivní nabídku úvěru a vy byste peníze opravdu potřebovali, přistoupili byste na to? Za jakých podmínek by to pro vás bylo únosné?

Dnes je doba jiná než před 20 lety. Tehdy byly půjčené peníze podstatně dražší než dnes (bankovní úrok na 18 a více procent byl tehdy naprosto standardní), ale i tak jsme si tehdy s manželkou půjčili. Vždy je však potřeba zvážit míru rizika a míru zisku. Otázku půjčky dnes bych však vážně řešil až na základě určité potřeby.

Peníze se půjčují a splácují – myslíte si, že finanční domy znají potřeby drobnějších českých firem?

Bankám jde především o zisk a potřeby českých firem je jen jedna z mnoha forem, jak vygenerovat ještě větší zisk. Myslím, že bance je úplně jedno, kdo si jde půjčit, prioritou pro banku je bonita klienta či firmy. Výjimky nejsou.



Možná by měl bankéř nebo finanční poradce, který vaši kavárnu a cukrárnu navštívil, jiný názor, než je obecná přisnost vměstnaná do excelových tabulek a pravidel důvěryhodnosti. Ostatně – nedělají si u vás třeba ženy pracující ve finančních službách své dámské dýchánky?

Segment našich hostů je velice pestrý – národnostní, společenský, věkový i účelový. Vždy se snažíme, aby se host u nás cítil dobře. Je tedy víc než pravděpodobné, že mezi našimi hosty jsou i pracovníci finančních služeb. Nemyslím si, že v případě naší žádosti o úvěr by se v podmínkách banky návštěvou bankovního úředníka v Café Charlotte něco změnilo.

Vím, že častými hosty jsou majitelé nebo šéfové firem, vodí si k vám své klienty či partnery jako do reprezentativního místa, kde se příjemně povídá a kde je co ochutnávat i nakoupit...

Jedno z tajemství úspěchu moderního podniku, tedy i Café Charlotte, spočívá v řízení vztahů se zákazníky. Je důležité nabídnout hostovi takové služby a v takové kvalitě, o které má zájem. Naši činnost zaměřujeme na neustálé řízení kvality výroby i služeb, a to všemi našimi zaměstnanci, plně v souladu s modelem TQM (Total Quality Management). Výsledkem naší práce by právě měla být spokojenost našeho hosta, tedy i třeba majitelů nebo šéfů firem.

Proslulé jsou vaše dorty a zmrzlinové poháry. Kdo je autorem receptur? A je to spíše koníček a potřeba seberealizace, nebo business jako každý jiný?

Receptury našich dortů a pohárů je víceméně výtvarná naše fantazie. Na jejich vzniku se prioritně a v největší míře podílela paní Nechvá-



talová, nabídku pohárů, ať už zmrzlinových, či ovocných, navrhla sama. Jsme rodinná firma, o vývoji našich novinek vždy živě diskutuje celá rodina. Po rodinném schválení přichází zpětná vazba kritiky výrobku ze strany personálu, který po ochutnání řekne k věci své. Až poté se rozhodne, zda se dostane k zákazníkovi, či nikoliv zařazením do pravidelné nabídky. Neustálé inovace jsou nezbytné, nejedná se tedy jen o seberealizaci (není důležité si zvyšovat ego), ale hlavně o úspěšný business, na kterém jsme v Café Charlotte všichni závislí.

Také váš marketing nezahálí – máte své turistické razítko, pohlednice, spousty informací na webu – vyplácí se to?

Dnes působíme v jiném podnikatelském prostředí než v roce 1997. Zesílila konkurence, lidé více přemýšlí, kde a za co své tvrdě vydělané peníze utratí. Proto je nezbytnou součástí strategického řízení Café Charlotte marketingové řízení – nepřetržitá analýza, plánování a kontrola všech našich činností. Věci, o kterých v otázce hovoříte, jsou produktem našeho PR. Jen stěží na trhu najde své uplatnění výrobek bez jeho podpory. Nejsme firma, která si může dovolit platit drahou reklamu, jde proto tak trochu cestou guerilla marketin-

gu – „za málo peněz hodně muziky“. Stále vymýšlíme levné formy propagace a snažíme se využívat mnoho zdrojů v tomto duchu. Turistické razítko, samolepky, které rozdáváme zdarma k účtu, charita, sponzoring, ale i účast v soutěžích vás velmi zviditelňuje. Samostatnou kapitolu tvoří internet.

Uspěli jste v řadě soutěží, třeba v České chuťovce a Dětské chuťovce. Jak vás to povzbudilo?

Účastí v soutěžích Česká chuťovka a Dětská chuťovka jsme se snažili důstojně navázat na již nepořádanou soutěž Nejlepší cukrárna v České republice, kde Café Charlotte třikrát získala tento titul. Od smrti prezidenta cukrářského cechu pana Drahoslava Hvězdy se již tato soutěž od roku 2007 nekoná, a proto jsme s vděkem přijali od pořadatelů nabídku s možností účastnit se obou Chuťovek. Úspěch v našem prvním ročníku, kde jsme získali tři České a jednu Dětskou chuťovku, nás velmi povzbudil. I v letošním roce se chystáme na již náš třetí ročník Chuťovek, kam přihlásíme oproti loňskému ročníku jiné výrobky, včetně jedné z našich novinek.

Na závěr mi dovolu několik užitečných, ale pravdivých citátů:

P. Kotler: „Musíme se naučit přejít od zaměření na výrobu k zaměření na získání trhu. Zákazníci jsou největším aktivem podniku.“

M. Hamer: „Předvídejme, co zákazníci budou chtít dřív, než o to požádají.“

M. Hamer: „Jediné podniky, které chtějí být nejlepší a snaží se předstihnout ostatní, mají naději přežít ve světě, kde každý usiluje o totéž.“

Z. Souček: „Průměrní zahynou. Na globálním trhu nemají šanci.“

Z. Souček: „Možností je nekonečné množství. Je nutné tvůrčím způsobem přemýšlet a hledat stále nové nápady.“

ptala se Eva Brix
www.cafe-charlotte.cz



Koláčový sen

jsem si splnila

Moje babička byla v kuchyni mistryní. Málokdo dokázal vypracovat takové těsto na sladké pečivo jako ona. Třeba kynuté nebo listové, plundrové nebo piškotové, zkrátka každé mělo moderně řečeno své know-how, svou nenapodobitelnou chuť, vůni a babiččino srdce. Myslím, že s Krchlebskými koláči Heleny Konopíkové je to podobné. A jak je známo, něco nejen vědět, ale především umět je v businessu to nejcennější. A tak tedy: Krchleby na Domažlicku, majitelka Helena Konopíková, manžel i dvě děti:

 **artesa**
SPOŘITELNÍ DRUŽSTVO



Poznala jsem se s vámi na soutěži Česká chuťovka. Vítězila jste překrásně nazdobenými koláči, jejichž název má svou ochrannou známku: Krchlebské koláče. Je to pojmenování pro chodské koláče, které získaly vašim pojetím svou vlastní přidanou hodnotu. Je to tak?

Ano, jsou to chodské koláče. Názvem Krchlebské koláče jsem je pojmenovala až tehdy, když se objevili další výrobci. Nakonec jsem požádala o ochranu známku.



Helena Konopíková

Na trhu je vaše malá rodinná firma od roku 1990. Z koláčů udělala nádheru na pohled, o chuti ani nemluví. Jedí se samy a člověk si musí dávat pozor, aby nepropadl té úžasné chuti.

Jsem velice ráda, že koláče lidem chutnají, protože je dnes velká konkurence. Nám se podařilo oslovit spousty lidí. Máme zákazníky



z okolních měst a obcí. Jezdí k nám již mnoho let. Dodáváme i pro rozmanité akce, k výročím, do hotelů...

A proč zrovna koláče?

Ty jsem vždy ráda pekla. Vyrobit je nebyl problém. Jenže někde se s nimi ukazovat – tak to jsem se hodně styděla. V roce 1990 nikdo nikde žádné výrobky nenabízel. Dnes už nám to nepřijde divné. Je mnoho příležitostí předvést, co malé firmy dokážou, třeba na soutěžích, Farmářských trzích atd. Kdysi jsem to tedy zkusila, prodala jsem všechno, poptávka rostla...

Za ta léta si Krchlebské koláče oblíbili turisté, zahraniční návštěvníci, herci, zpěváci i politici. Začaly sloužit jako krásný dárek, jímž nikdo nepohrdne. Pečete i na svatby, pro firmy, na Vánoce?

Dnes přijíždějí turisté z celého Česka i ze zahraničí. Zdá se to neuvěřitelné, ale je to tak. Mnohé významné osobnosti již ochutnaly. Je to pro nás pocta i reference. Koláče pečeme samozřejmě i na svatby, rodinné oslavy, firemní večírky, poutě, Velikonoce i Vánoce. Zákazníci je objednávají s velkým předstihem.

Výroba postupně roste, věhlas receptury se šíří. Nepočítáte s tím, že byste nakoupili další zařízení, nebo dokonce postavili nový provoz?

Poptávka je opravdu velká, někdy ani nestihneme uspokojit každého zákazníka. Je mně to



velice líto, ale záleží nám na kvalitě a té dáváme přednost před neuváženým slibem, že stihneme všechno. Přeji si, aby lidé kupovali koláče jak před léty, abychom množstvím neubrali právě na té kvalitě. Jsme stále malá rodinná firma. Provozovnu jsme již rozšířili a otevřeli větší prodejnu.

A půjčili byste si na to? Nebo zastáváte názor, že malá česká firma si má nejprve vydělat, a pak teprve investovat?

S půjčením peněz jsem čekala, až bude firma prosperovat. Před čtyřmi roky jsme si vzali hypotéku na tu provozovnu. Přesto mám pochybnosti, nebo spíše obavy, zda vše ve zdraví splatíme.

Kdyby vás oslovil obchodní ředitel jisté finanční společnosti a dal velmi zajímavou nabídku úvěru, zvažovali byste to jako příležitost? Nebo byste okamžitě odmítli?

I když člověka občas přepadne myšlenka o tom, zda jsme šli správným směrem, půjčit si je velký závazek, alespoň pro ty poctivé, tak dnes vím, že jsme udělali dobře. Bez úvěrů podnikání ani nejde.

Určitě máte svůj koláčový sen. O čem je?

Koláčový sen jsem si splnila. Léta jsem si přála kavárničku s terasou a pěknou zahradou. Sledovat hosty, jak jim koláče chutnají. Osobní kontakt se zákazníkem je nejlepší oceněním.

otázky připravila Eva Brix
www.krchlebskekolace.cz



Designérka vesmírného vozítka navrhla novou pobočku České spořitelny

Česká spořitelna otevřela 11. srpna experimentální pobočku v Plzni-Lochotíně. Nový typ pobočky má za cíl zlepšit obslužný model klientů, rozšířit samoobslužná zařízení pro rutinní bankovní operace a zlepšit kvalitu poskytovaného poradenství. Nový design je dílem významné české designérky Dominiky Nell Aplové, která patří ke špičce současného designu i ve světě. Spolupracovala na návrhu vozítka NASA pro misi na Marsu, pro značku Siemens navrhla extravagantní mobilní telefony, podílela se na designu výrobků firmy Apple a také designovala prodejní místa Bank of America nebo californského řetězce Starbucks.

V experimentální pobočce si Česká spořitelna bude ověřovat, jak nový způsob obsluhy a uspořádání prostoru funguje. Pro klienta to znamená, že nemusí čekat, až na něj přijde řada na přepážce, naopak bankovní poradci přijdou za ním ke stolku. Běžné úkony si může vyřídit kdykoli v samoobslužné zóně i mimo otevírací dobu pobočky. Základním předpokladem úspěchu nového obslužného modelu je věnovat klientům čas a naučit je, aby si jednoduché servisní záležitosti byli schopni vyřídit samostatně. V případě potíží však bude vždy na místě asistence, která klientovi pomůže. „Hlavní změna nespočívá v experimentální pobočce v jejím novém vzhledu, ale přede-

vším v novém způsobu interakce s klienty. Je to pro nás „laboratoř“, kde budeme testovat, jak klienti reagují na naše další a další nové nápady, a úspěšně otestované aktivity se budeme snažit dále rozšiřovat do pobočkové sítě,“ řekl Jiří Škorvaga, člen představenstva ČS zodpovědný za retailové bankovníctví. Experimentální pobočka je rozdělena do dvou na sobě nezávislých prostorů: samoobslužné zóny a zóny pro servis a poradenství. Samoobslužná zóna je místo, kde je klientům k dispozici vkladový a výběrový bankomat, platbomat či nový videokiosk, v němž mohou ve spolupráci s videobankéři samostatně vyřešit jednoduché operace.

Samoobslužná zóna pobočky bude otevřená každý den nepřetržitě 24 hodin, tím se podstatně rozšíří možnost přijít do banky a vyřídit si kdykoli nejběžnější úkony – tedy třeba o víkendu nebo brzo ráno či pozdě večer.

V prostoru pobočky budou klientům asistovat poradci. Zóna asistovaného servisu je vybavena stolkem s dotykovou obrazovkou, kde se klient pomocí své platební karty může přihlásit do zcela nové aplikace zjednodušeného internetového bankovníctví a vyřídit si sám nejčastěji využívané jednoduché operace: podívat se na zůstatek svého účtu či počet nastrádaných iBodů, prohlédnout si pohyby na svém účtu, zadat jednorázovou platbu nebo nastavit trvalou platbu či inkaso.

Poradci klientům novou aplikaci předvedou a postupně je naučí ji používat, jak uvnitř pobočky, tak v samoobslužné zóně. I potom ale budou vždy k dispozici, pokud by klient potřeboval s aplikací pomoci.

Servisní zónu doplňují malé jednací místnosti pro nerušené jednání klienta s jeho bankovním poradcem.

(tz)

Business je dnes rychlík



Ptát se ostříleného kozáka na všelijakosti o ženách není jen tak. Nicméně ženy v businessu, zejména manažerky, je téma praktické a dá se o něm polemizovat dlouho. Mieczyslaw Molenda, spolumajitel konsorcia GASCONTROL GROUP, které působí v energetice, výrobě plastů a řadě jiných oborů, jako je třeba i produkce vajec, třídil myšlenky a přemýšlel nahlas:

Podnikáte v oborech, kde většinou na výrobních postech figurují muži. Nicméně v managementu havířovského GASCONTROlu i většiny firem ve skupině je zastoupení žen poměrně velké. Vychází mi z toho, že s nimi máte dobré zkušenosti. Čeho si na jejich vlastnostech a přístupu ceníte nejvíce?

Naše firemní kultura není o tom, že bychom se stavěli k ženám jinak než k mužům. Na druhé straně je pravdou, že jich zaměstnáváme celkem hodně, i když bychom s nimi mohli počítat ještě více. Vyprovokovala jste mne k zamyšlení – schopností žen možná využíváme nedostatečně, mohli bychom jim dát ještě větší prostor.

Každý šéf, když zvažuje, zda zaměstnat ženu, zejména mladou manažerku, nevyhne se otázce, jak to bude, až bude chtít odejít na mateřskou dovolenou. Zákonitě na nějaký čas „vypadne“ z dění ve firmě, a už to je ztráta, ať to řešíte jakkoli. Každé řešení je náhradní, ne vždy efektivní. Ženy, které zvládají rodinu i práci, to jsou spíše výjimky. Abyste si nemyslela, ctím poslání ženy jako takové, nejsem proti mateřským povinnostem a péči o děti, ale jako spolumajitel řady

Ať jsou to osobní asistentky, personalistky, obchodní ředitelky, nebo majitelky firem. I nepříjemnou situaci dokážou obrátit v pohodové jednání, a stačí jen úsměv, správné gesto, trochu nadhledu. To my, muži, prostě neumíme.

firem musím uvažovat i v jiných rovinách. Nenahraditelná role ženy v životě obecně je jasná, avšak den má také jen 24 hodin a firma potřebuje výkonné zaměstnance. GASCONTROL si žen váží a uvědomuje si jejich místo ve společnosti. Já osobně obdivuji jejich velké nasazení, jak v domácnosti a péči o potomstvo, tak v zaměstnání. Abych tedy odpověděl – cením si toho, pokud zvládají obě, rodinu i firmu.

A ještě poznámka – málokdo mi vymluví, že role muže v rodině je dnes podobná jako role ženy. Žena, ať je to pokladní v supermarketu,

nebo špičková manažerka, musí stihnout i děti a domácnost, a dokonce se postarat o rodinnou pohodu. Muž toto břímě nemá. Když má starosti ve firmě, řeší firmu, je stále pryč, po jednáních, na cestách, do

noci v práci. Žena si musí poradit sama. Navíc je dnešní doba tak rychlá a proměnlivá, neplatí nic, co platilo před hodinou. I to se projevuje v rodinném soužití, nárocích na manažerské pozice, i možnosti žen...

To je dost jednoznačná charakteristika...

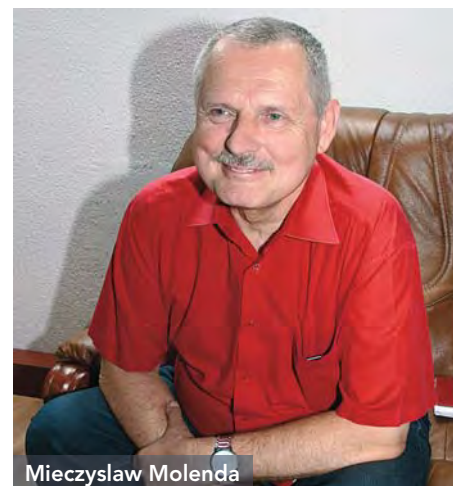
Co jsem řekl, není možná elegantní, ale pravdivé a plyne z mých zkušeností.

Pohybujete se v businessu již dlouho a máte tedy zmapováno, kdy je například tvrdost v jednání či naopak šarmantní diplomacie přínosem. Stalo se vám někdy, aby žena šéfa zachránila situaci? Třeba při významném obchodním jednání?

Nerad bych byl konkrétní, abych na nějakou dobrou vílu nezapomněl. Odpovím tedy oklikou. Tlak na řízení několika desítek firem je v mém případě velký. Mnohdy, když chcete vyjít vstříc, ještě dostanete na frak, spousty věcí se zvládají spíš nahodile, protože není čas se na ně řádně připravit. V takových situacích ženy fungují naprosto spolehlivě – umí si poradit s okamžikem, vyřešit rychle a operativně cokoli. Jsou zvyklé reagovat a vědí, že situace je třeba mít prostě pod kontrolou a dotáhnout vše k dobrému konci – podobně jako v péči o děti. Biologicky jsou přizpůsobené k tomu, aby to uměly, mají vhodnější předpoklady a pohotovější reakce než muži. Ať jsou to osobní asistentky, personalistky, obchodní ředitelky, nebo majitelky firem. I nepříjemnou situaci dokážou obrátit v pohodové jednání, a stačí jen úsměv, správné gesto, trochu nadhledu. To my, muži, prostě neumíme.

Kdy je výhodné nabídnout důležité manažerské místo ženě? Máte nějaké pravidlo, poznatky, jimiž se řídíte?

Pozice středního managementu si každá firma v našem konsorciu GASCONTROL GROUP obsazuje sama. Každý šéf si vybírá ty lidi, u nichž je předpoklad, že si s nimi bude rozumět. Do toho nemluví, případně jen omezeně. On s nimi bude spolupracovat, komunikovat, od nich bude očekávat výsledky. On má hlavní slovo. A je na něm, obsadí-li funkci ženou nebo mužem. To je naše jediná zásada. Musí být přesvědčen, že své úkoly nový pracovník – pracovnice zvládne, že si spolu „sedlí“, že si padlí do noty. Je nesmysl brát do party někoho, o kom nevíte, že vám bude vyhovovat a pak se



Mieczyslaw Molenda

s ním trápit. Nebo zachraňovat, co zkazil. Velkou osobní pozornost věnuji vrcholovým manažerům. Ti musí prokázat, že jsou oporou, že umí řídit, že mají předpoklady zvládnout nezávládnutelné. V naší branži to jsou spíše muži. Pravidlo žádné nemám, ani by asi nefungovalo. Každé pravidlo totiž také omezuje.

Když sám přemýšlíte o přijetí manažerky, dáte na první pohled?

Ano, „na první pohled“ – to je důležité. Při komunikaci s ženami je to však trochu nebezpečné, diskutabilní. Nelze se na něj spoléhat vždy a stoprocentně. Postupem času se z osobnosti, kterou intuitivně přijmete, může stát člověk až nepřátelský – první pohled totiž napoví, ale neprozradí vše. Jsou si lidé sympatičtější, i méně, a každý vztah, i ten manažerský, se vyvíjí. Buď se posílí a partneři v týmu k sobě najdou cestu po delší době, pomalu, postupně se přesvědčují o svých hodnotách, anebo naopak. Záleží nejen na obalu a vyzářování, ale i na podstatě. Co je vám platná kráska, která nic neumí? Nádherná na pohled, ale nemá v srdci. Až časem, spoluprací, tím, jak se chová, co dělá a jak se projevuje, zjistíte, jaká ta žena vlastně je. Jaké má smýšlení, jaké názory, jak se dokáže k práci postavit. Čili zkušenost mi opět napovídá, že intuici nemám zatracovat, ale také se jí nepodvolovat. Když tedy někoho sám přijímám, vždy se ptám: Je to správný krok? Pomůže nám to, bude to přínosem?

Jste příznivcem spíše džentlmenského chování mužů vůči kolegyním v pracovním týmu, nebo rovnocenného se vším všudy?

Řekl bych to jinak. Jako lidé jsme na vrcholu stvořitelské hierarchie, tvorstva. Tomu by mělo odpovídat naše chování. Měli bychom vždy brát ohled na různé momenty v životě – a to nejen našich nejbližších, ale i zaměstnanců. Ne přezírat, trestat, ale zvažovat nejvhodnější řešení pro danou chvíli. Někdo udělá chybu třeba proto, že ho bolí zub, jinému zemřel příbuzný, další ženě syna, jinému nevyšel projekt, na který firma spoléhala – v takových situacích je lepší člověku nějak pomoci, povzbudit ho, třeba pěkným slovem, dát mu dva dny volno například se slovy jeď se uklidnit do našeho rekreačního střediska do Beskyd nebo Krkonoš, vezmi si tam pokoj, vyčisti si hlavu. Každý také potřebuje něco jiného, jednomu pomůže pěkné slovo, druhému, když na něj nikdo nemluví, jde o to jen respektovat se vzájemně, dbát možností kompromisu. V pracovní oblasti – ženy mají stejně jako muži rovnocenné vytížení úkoly, ale jedno jsem vypořovoral a jistě nejsem první: ženy své povinnosti plní lépe, ne všichni chlapi jsou tak zodpovědní jako ženy. Ty jsou navíc osobitější, kreativnější, rychlejší, prostě umí si poradit. Mají v sobě tré-

nink z péče o děti, jak jsem již naznačil, a to se nedá oddiskovat. Všem tedy měřit stejně, ale pozorně, a k ženám džentlmensky – to se vyplácí.

Máte vlastní představu modelu moderní podnikatelky nebo manažerky? Co by neměly postrádat?

Neměly by být měkké a nerozhodné. Naopak by měly být rázné, důsledné, ale ohleduplné. Někdy jsou ženy na vrcholových pozicích ke svým podřízeným až bezohledné, macešské, a to se mi nelíbí. Není to moudré, ostatní to nestimuluje, spíše naopak. Měly by být sebevědomé, ale to



neznamená, že by měly být arogantní a namyšlené. Ve vyjadřování by neměly postrádat jemnost, ženskost. Neměly by to být muži v sukních. Žena je ženou proto, aby jí zůstala a pěstovala v sobě to, proč byla stvořena. Mívá pak také větší autoritu. Muži tento přístup podvědomě hledají, i šéfové kolem sebe potřebují cítit laskavost.

Aktivní ženy nemají často na vybranou, zda rodina, nebo kariéra, musí zvládnout obojí. Podpora zaměstnavatele dokáže navodit čas-to inspirativní poho-
du, která ženy hodně motivuje k podávání nadstandardních výkonů, k loajalitě. Jak to vidíte?

Věčná otázka, zda rodina, nebo kariéra. Nikdo jiný než ta žena to nerozhodne. Záleží pak na organizaci práce, na výkonnosti, schopnostech přijímat výzvy, i na pomoci rodiny při zvládnání běžných starostí. Ale pokud má žena úmysl vrátit se po porodu do businessu, měla by být nepřetržitě s firmou propojena. Za měsíc by již měla zase pracovat z domova, třeba jen půl dne za týden, a postupně přidávat. Firma by s ní neměla přerušit kontakt. Aby nevybočila z návyků, zvyklostí, nepřetrhla nit, zkrátka, aby neztratila kontinuitu s vývojem ve firmě. Vrátit se po čtyřech letech je špatné, pak je člověk už mimo, její chleboďárce je už někde jinde, rychlík ujel a nedá se dohonit. Naplno by se měla vrátit nejvýše

po dvou a půl letech. To jinak nejde. Jak jednou vypadne, už nemá kam zapadnout. Firma nemůže čekat, a ona také ne. Život je dnes prostě takový. Netvrdím, že je to dobře, ale je to tak. I mně říkají, že jsem ve firmě pořád, že se chovám, jako bych byl nepostradatelný. Děláš 12 a více hodin denně – proč si neodpočineš? Zní často kolem mých uší. Říkám: mám to rád. A oklikou naznačuji, že si nemohu a ani nechci dát delší přestávku, ztratil bych potenciál, z něhož podnikání roste. Čas, chuť, energii, vášeň. Jedete rychlíkem, vystoupíte, zůstanete na peróně, ale do stejného rychlíku už nikdy nenastoupíte. A business je dnes rychlík. Buď děláte

te na sto procent, nebo vůbec. A to platí i pro ženy-maminky. Musí to mít na paměti a je to pro ně tvrdé.

Mají v GASCONTROLu ženy nějaké výsady? Třeba sociální? Máte pro ně určité benefity, nebo tušíte, jaká mají práni?

Výsady – to by bylo odvážné. Pracovní by se mělo měřit všem rovným dílem. Jaká mají práni, to netuším, i když, kdo ví... Je pravdou, že po celou dobu existence slavíme s ženami MDŽ, kde jim poděkujeme za práci pro firmu, obdrží malý dáreček, pohoštění a strávíme společně příjemné odpoledne. Není to benefit, ale poděkování.

Proniknout do ženské duše není těžké, chce to jen pozorně vnímat. Máte na to čas?

Není mi dvacet a za svoji podnikatelskou dráhu jsem se s řadou žen již přece jen setkal. Také jsem ženatý, mám dvě dcery, ve firmě mám několik žen v nejužším týmu – naučil jsem se odhadovat, pozorně vnímat patrně ne. Když máte několik

valných hromad denně, dojednáváte významné zakázky, aby firma měla z čeho žít a všichni brali výplatu, na spousty lidskostí vám skoro už nezbyvá kapacita. Příliš racionální? Ne, to určitě ne.

Ostatně – čas je v mnohém limitující a je jedinou veličinou, která se nedá vrátit zpět. Jak vzpomínáte na své první rande?

Na první rande? No, to byla krásná školní léta, byla jiná doba, taková mírnější, ne tak dravá. Lidé byli skromnější, veselejší a nepotřebovali takový komfort jako dnes. Když jsme pozvali děvčata na kofolu, byla to událost týdne a byl to zážitek. To opravdové rande, to byla chvíle, kdy jsem poznal svou manželku, a to mne zasáhlo, doufám, že navždy.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí

Přibývá single domácností

Způsob života současné české populace se rapidně mění. Podle odborníků Češi stále více upřednostňují alternativní formy soužití. Jednou z nich je i takzvaná single domácnost neboli domácnost tvořená jednou osobou. Tento způsob bydlení přitom využívají nejen mladí ekonomicky aktivní lidé, ale i senioři. Dnešní životní styl se navíc odlišuje i způsobem stravování. Lidé si přestávají sami vařit, kupují si předem připravená, hotová jídla. Díky tomu vzrostla poptávka po plastových obalech během posledních pěti let o více než 15 %.

Podle výsledků posledního sčítání lidu, domů a bytů 2011 žije v České republice více než 1,2 milionu osob samostatně jako jednotlivci v domácnostech. Nejvyšší podíl domácností jednotlivců byl zjištěn v Praze, v Karlovarském a Ústeckém kraji. Nejnižší podíl se naopak vyskytuje na Vysočině a ve Zlínském kraji, tedy regionech s vysokou mírou tradiční hodnoty rodiny. „Vzhledem ke stárnutí populace tvoří nejpočetnější skupinu jednočlenných domácností právě senioři, zejména ovdovělé ženy. Skupina seniorů přitom představuje více než třetinu všech domácností jednotlivců,“ uvedla Pavlína Habartová z Českého statistického úřadu, který provádí Sčítání lidu, domů a bytů. Za posledních deset let však podle ní významně vzrostl podíl lidí v mladších věkových skupinách, takzvaných singles, kterých je v současnosti více než 300 000. „Ve skupině singles naopak převažuje podíl svobodných mužů jednotlivců, který dosáhl téměř jedné pětiny všech domácností jednotlivců,“ doplnila Pavlína Habartová.

Nárůst domácností singles souvisí s vyšší dostupností bytů, změnou životního stylu i obecným porevolučním demografickým chováním, které je v Česku patrné od počátku 90. let 20. století. „Mezi jeho hlavní projevy patří pokles úrovně plodnosti, odkládání mateřství do

vyššího věku, nárůst různorodosti v životních drahách a formách soužití a s tím spojené stárnutí populace,“ vysvětlila Pavlína Habartová. Podle sociologů je příčina zvyšujícího se počtu single domácností spjata se změnami životních fází. „Po klasické fázi mládí, která byla charakteristická přípravou na povolání a výdělkem prvních peněz, následovala fáze dospělosti a středního věku. V ní bylo typické uzavřít sňatek, založit si vlastní rodinu a domácnost a vy-

chovat děti. Dnes již přibylo stádium, takzvané dospělé mládí, v němž lidé žijí bez rodinných závazků, jak je typické pro mládí, ale se zdroji, typickými pro střední věk,“ upřesnil sociolog Ivo Možný. „Lidé se tedy odstěhují od rodičů a založí jednočlennou domácnost, kterou sice často sdílejí s partnery v krátkodobějších svazcích, které však nejsou orientované na založení rodiny. Tento okamžik se za poslední dvě desetiletí odsunul zhruba o šest let a u asi čtvrtiny lidí nikdy nenastane,“ dodal Ivo Možný.

S rostoucím počtem jednočlenných rodin se tak začíná výrazně měnit nejen demografické chování, ale i celkový životní styl společnosti. „Pracovní doba se v současnosti stále prodlužuje a lidé mají méně času na jídlo. Díky tomu roste poptávka po hotových jídlech a občerstveních, která si může vzít člověk s sebou domů, na cestu, případně je může sníst na pracovišti,“ sdělila tisková mluvčí společnosti Globus ČR Pavla Hobíková. Podle odborníků spotřebují lidé, kteří bydlí sami, zhruba o 42 % více obalů než vícečlenné domácnosti, neboť daleko častěji používají hotové výrobky. Tento trend potvrzují i tuzemští výrobci a dodavatelé obalových materiálů. „Během posledních pěti let se zvýšila poptávka po plastových miskách o více než 15 %,“ řekl Bohdan Daněk, výrobní ředitel společnosti Blatinie, která se zabývá výrobou plastových obalů a technologií balení určených pro různá odvětví průmyslu. „Stravování formou hotových pokrmů je pohodlné, rychlé a levné. Jednoporcová jídla jsou během několika minut připravena ke konzumaci. Likvidace obalů navíc probíhá ekologicky, v souladu s ochranou životního prostředí,“ doplnil Bohdan Daněk s tím, že trend nákupu hotových jídel nevyužívají pouze mladí pracující jedinci, ale i senioři, kteří si balené pokrmy objednávají na víkend, několik dní do zásoby. (tz)



2x foto Shutterstock

O letní dovolené na kliniku k estetickým zákrokům

Touha Čechů po mladší tváři bez vrásek nebo štíhlejším těle bez námahy se často střetává s nemožností absolvovat estetický zákrok v běžném provozu, kdy svůj čas dělí mezi pracovní a rodinné povinnosti. Léto je proto sezonou klinik estetické medicíny, kdy je zaplňují pacienti, kteří si ošetření v normálním pracovním režimu nemohou dovolit.

Moderní medicína umí dnes už většinu omlazujících a zkrášlovacích zákroků provést neinvazivně, i tak je ale potřeba vyhradit si na ošetření čas. Doba letní dovolené je proto vhodná především pro ty, kterým běžný pracovní či společenský režim absolvování estetického ošetření neumožňuje.

„Klientů, kteří upřednostňují letní sezonu, výrazně přibývá. Důvodem je právě období dovolených, které mohou klienti k ošetření využít a do práce se pak vrátit krásnější či štíhlejší,“ potvrdila MUDr. Helena Reisingerová, dermatoložka kliniky estetické medicíny Mediastetik s tím, že této možnosti využívají zejména lidé s vyšším společenským statutem nebo ti, kteří jsou více vidět na očích veřejnosti. Dále také učitelky v době letních

prázdnin nebo maminky, které snáze seženou hlídání svých dětí.

Klišé, že v horkém letním počasí se všechno hůře hojí, a není proto vhodné jakékoli zákroky podstupovat, v estetické medicíně rozhodně neplatí. „Estetická dermatologie je dnes na takové úrovni, že lze všechno řešit neinvazivně, tedy bez použití skalpelu. Tato ošetření nevyžadují žádná zvláštní opatření a také u nich v zásadě není potřeba žádná rekonvalescence. Proto je lze bez problémů podstoupit třeba v pravé poledne horkého červencového dne,“ řekla Helena Reisingerová.

Podle dermatoložky využívají Češi během letní dovolené hlavně možnosti zbavit se vrásek pomocí botulotoxinových injekcí, nebo povadlých tváří díky aplikaci mezonitů, tedy tzv. magického liftingu, který nevyžaduje naříznutí pokožky jako lifting klasický. „V létě jsou vyhledávány procedurami také celkové vypnutí kůže, zmenšení podbradku, zjemnění nosoretních rýh či korekce vrásek v okolí rtů. Ani zde nejsme limitováni horkým počasím a s ním potenciálně ztíženou rekonvalescencí, jelikož všechna tato ošetření se provádějí neinvazivně, například za použití radiofrekvenčního liftingu Thermage,“ vysvětlila Helena Reisingerová. Na místě je podle lékařky opatrnost pouze u těch ošetření, která vyžadují režim bez následného slunění. Jde například o laserové odstranění pigmentace v obličejí. „Neznamená to ale, že klient nemůže po ošetření na slunce. Nedoporučuje se pouze



MUDr. Helena Reisingerová

opalování. Krátkodobý pobyt na slunci s ochranným krémem s příslušným faktorem není pro takto ošetřenou pokožku žádným problémem.“

Mimořádný zájem je v letním období také o větší stomatologické zákroky, například o implantologickou léčbu. „Návštěvu stomatologie se mnoho lidí snaží odkládat, co to jde. Zejména pak velmi vytižení lidé, na které jsou v běžném pracovním dni kladeny vysoké nároky. Přestože je tedy zavedení zubních implantátů dnes už pouze ambulantním chirurgickým zákrokem, nechávají si jej ti lidé právě na letní období,“ sdělil Dr. Vadym Sherman, stomatolog z kliniky estetické medicíny Mediastetik. (tz)

Cestovní pojištění je pro 70 % lidí nutností

Převážná většina lidí, kteří jezdí za hranice, vnímá cestovní pojištění jako nutnost (73 %). Dalších 26 % Čechů ho považuje za potřebné v závislosti na tom, kam cestuje. Nejčastěji jim připadá zbytečné sjednat si cestovní pojištění do sousedních zemí. První místo s přehledem zaujímá Slovensko (63 %). Následuje Německo (24 %) a Polsko (20 %).

Podle průzkumu uzavírá cestovní pojištění při cestě do zahraničí vždy 70 % lidí. Většinou ho uzavírá dalších 19 %, naopak většinou ho neuzavírá 6 % lidí a dalších 5 % si ho nesjednává nikdy. Při výběru konkrétní pojistky je pro Čechy sice důležitá cena, o něco větší roli ale hraje výše pojistného krytí. O konkrétní situaci, na které se pojištění v rámci jednotlivých limitů

nevztahuje, se však nezajímá každý pátý. Čtyři procenta respondentů se přitom domnívají, že mezi rizikové či nebezpečné sporty, na které je třeba sjednat připojištění, patří plavání. V případě šnorchlování už jde o celou čtvrtinu. Cestovní pojištění považuje za levné či cenově přijatelné 89 % dotázaných.

Cestovní pojištění si přitom lidé (i ti, kteří nejsou klienty Cetelemu) mohou on-line sjednat i u Cetelemu, vybrat si mohou ze tří variant pojistného krytí. V případě pojištění léčebných výloh v zahraničí a repatriace je přitom pojistný limit stanoven minimálně na 3 miliony korun. Cetelem nabízí speciální cestovní pojištění také pro majitele Kreditní karty Cetelem. V případě tohoto pojištění si klienti mohou vybrat ze čtyř variant pojistného krytí, a mohou tak pojištit i svoji rodinu. Cestovní pojištění ke kreditní kartě je platné ve všech zemích světa a zároveň se na ně nevztahuje žádný limit pro počet zahraničních cest. (tz)

Zajímavé je, že podle Čechů je důležitější pojištit se na pobyt v Rakousku (11 % by se nepojištilo) než právě sousedním Německu. Každý dvacátý, který se pojišťuje v závislosti na destinaci, se domnívá, že je zbytečné se pojištit do zemí v rámci Evropské unie. Čtyři procenta nevidí důvod k pojištění, pokud směřují do Maďarska. Údaje vyplývají z průzkumu, který pro Cetelem v červnu realizovala agentura Stem/Mark na vzorku 521 respondentů.



Zubní technici vědí, jak odstranit trapas:

CHRÁPÁNÍ



Marián Svorad

Už slovo chrápání má nelibý zvuk. K mužům patří více než k ženám, ale ve spojitosti s něžnou polovinou lidstva je jaksí nepřipustné, obtěžující, ponižující. Co s tím?

Podle posledních průzkumů chrápáním trpí čtvrtina mužů a 15 procent žen, což jsou celkem vysoká čísla. Odborníci na chrápání nepohlíží jen jako na nepříjemnost, ale také jako na nemoc. Otravné zvuky, které tak často způsobují partnerské neshody, mohou totiž signalizovat jiné onemocnění, např. vysoký krevní tlak, obezitu či chronickou rýmu. Může se jím ale především projevit nebezpečný syndrom spánkové apnoe, který vyvolává onemocnění srdce a cévní mozkové příhody. Proto na otázku „co s tím“ odpovídám: určitě chrápání řešte, navštivte pracoviště ORL a nechte si poradit s dalším postupem. Možností je dnes spousta. Od změny životního stylu (omezit kouření, alkohol) a úpravy váhy, po invazivní zásahy či korektor chrápání (Silensor), který si jednoduše před spaním vložíte do úst. Aparát pomáhá u prostého chrápání, u lehkého a středně těžkého syndromu spánkové apnoe (zástavy dechu).

Máte také ženské klientky? Nač si stěžují zejména?

Je nutné podotknout, že my, zubní technici, s pacienty do kontaktu vůbec nepřijdeme, vyrábíme korektor dle zadání lékaře. Ze svého okolí ale vím, že ženy své vlastní chrápání snáší mnohem hůře než muži. Je jim trapné, protože chrápání je jako takové bráno jako spíše mužská záležitost a ony svým chrápáním nechťejí obtěžovat okolí a partnera. Efekt je ten, že se chrápání postaví čelem a problém řeší, což by mohlo být inspirací pro mnohé „chrápající pantáty“.

A jak může zubní technik pomoci?

Jak jsem již uváděl, pokud se klient s lékařem dohodne na konzervativní korekci, zhotovíme

Přijet ke kamarádce na návštěvu, vyrazit s přítelem pod stan nebo sdílet hotelový pokoj s kolegyní během víkendového firemního školení je pro mne nemožné. Znamenalo by to buď pořádný trapas, nebo pár nocí prostě raději nespát. Proč? Můj spánek je totiž hlasitější než deset dřevorubců v plné polní. Je to hendikep, který z toho zdravotního přešel do polohy společenské, partnerské. Víím, že vzniká vibrací měkkých tkání dýchacích cest, jako jsou stěny hltanu, měkkého patra a čípku, které se rozechvějí při nádechu i výdechu. Sami sebe neslyšíme, potupné pravdy se dovídáme od svých nejbližších. Co s tím? Je řada metod, jednou z jednoduchých i ta, s níž vám mohou pomoci zubní technici. Jedním ze specialistů je Marián Svorad z Komory zubních techniků.

klientce korektor na míru. Jde o diskrétní pomůcku, které si nikdo nemusí všimnout, není se tedy čeho bát!

Není to nějaká habadaura?

To určitě ne. Jde o pomoc v řešení nepříjemného problému. Princip Silensoru si můžete velice snadno představit. Diskrétní zařízení vyrobené bez použití jakýkoliv kovových součástí polohuje spodní čelist. Využití je komfortní, neboť dovoluje pohyby čelisti, ale zároveň ji při spánku mírně stlačuje tak, aby nedocházelo k chrápání.

Chrápe unavený člověk více než ten, který ulehá tak jaksí příjemně vyčerpaný? Jinými slovy – jsem-li několik měsíců v pracovním stresu, mohu chrápat více, než je zdrávo?

Je to takový začarovaný kruh. Pokud začnete chrápat, nikdy se nevyспíte tak kvalitně jako člověk, který dýchá celou noc normálně. Namáhavé dýchání snižuje celkovou noční regeneraci organismu, čímž jde naše psychická kondice samozřejmě dolů. A jak všichni víme, neodpočatý člověk je více náchylný k černému vidění světa a snáší vše hůře, tedy i stres. Dále se ke všemu nabaluje také zvýšená chuť na sladké, neboť unavený organizmus si žádá cukr. Což může být jeden z faktorů nadváhy, která chrápání také nijak nezlepšuje.



Když k vám přijde majitelka firmy, manažerka nebo zkrátka žena, na níž je vidět, že má starosti nad hlavu, a která s nepříjemnou „vadou na kráse“ potřebuje naléhavě pomoci, přitom vaše metody pro ni nejsou vhodné – co poradíte? Spolupracujete s pracovišti ORL, klinikami, s dalšími specialisty na chrápání?

K nám se dostanou klientky, které se s lékařem-specialistou shodly na konzervativní korekci. Možností, jak chrápání redukovat, je ale celá škála. Některé zubní laboratoře spolupracují s centry, které na chrápání pohlíží komplexně, tedy klientům nabídnou celkové poradenství a hmotnostní diagnostiku. V případě, že na vině je i nadváha, sestavují dietní balíčky zdravého hubnutí na míru. Někdy je vhodným postupem speciální terapie, např. TNI nebo radiofrekvenční terapie. Další možností, pokud tyto konzervativnější metody selžou, je řešení invazivní – tedy operace či nově laserový zákrok. To však musí rozhodnout lékař.

Čím je ale tedy chrápání způsobeno? Špatně dýcháme? Jsme obézní? Neumíme spát?

Jak všichni víme, chrápání způsobuje mnoho příčin, které mají ale jedno společné: zužují dýchací cesty. Typickým příkladem je pochupkávání při rýmě a ucpaném nosu, kdy vzduch dýcháme pouze ústy, k čemuž není naše dýchací ústrojí uzpůsobeno. Své vykoná ale také stárnutí, kdy dochází k ochabování krčního svalstva. Dále konzumace alkoholu či sedativ, které nadměrně uvolňují svalstvo. Vinu nese také obezita či nesprávná poloha při spaní, při níž blokuje přirozenou cestu vzduchu. Dalším faktorem mohou být fyzické anomálie, které musí posoudit lékař a doporučit vhodný zákrok.

za odpovědi poděkovala
Eva Brixí

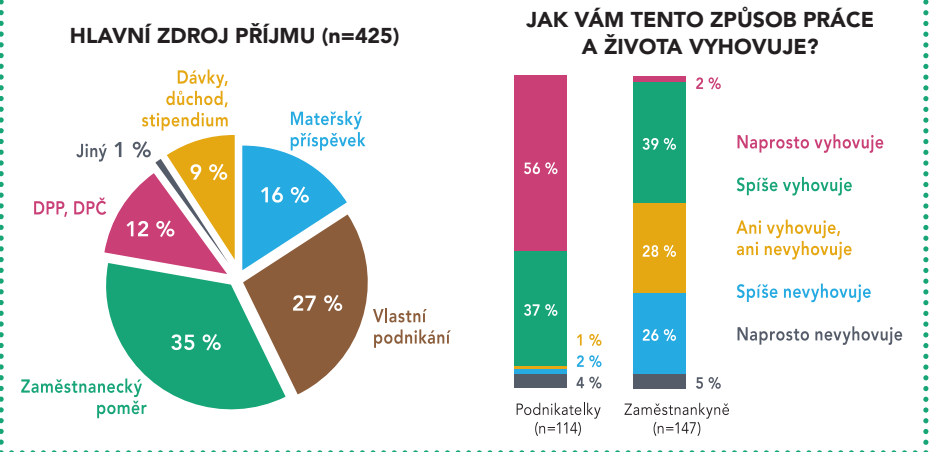
Ovládnou ženy business 21. století?

Podnikatelky jsou se svou prací a způsobem života mnohem spokojenější než ostatní, více jim vyhovuje i jejich příjem. Přesto je u nás méně žen v rozhodujících firemních pozicích než například v konzervativním Japonsku. AMSP ČR proto ve spolupráci s platformou Ženy, s. r. o., zahajuje mohutnou ofenzivu a představuje projekt Podnikavá žena.

Karel Havlíček, předseda Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR k tomu uvedl: „Ženy budou v příštích dekádách postupně přebírat kontrolu nad businessem. Začíná se zcela zřetelně projevovat, že jejich přirozené vlastnosti jsou jako šité na míru požadavkům moderního obchodu. Jsou odolné, netrpí sebeštedrností a dokáží daleko lépe vyhodnocovat riziko. Je fakt, že na rozdíl od mužů mají tendenci dívat se někdy zbytečně dozadu a jsou emotivnější, ale emoce dnes v rozumné míře do podnikání patří. Bereme proto v asociaci prapor do ruky a začínáme nejmasivnější podporu podnikavých žen, která zde kdy byla. Během několika let hodláme podnikatelské prostředí přesvědčit, že chceme-li být opravdu úspěšní, musíme začít lovit ve vodách perspektivních žen.“

Překážky, které ženy vnímají v podnikání, jsou na osobní i celospolečenské úrovni. Na 55 % respondentek vnímá strach, že se podnikáním neužije, jako jednu z hlavních překážek, kterou musí překonat. Odstartovat podnikání by jim výrazně pomohla větší podpora rodiny,

27 % dotazovaných respondentek využívá jako hlavní zdroj příjmu vlastní podnikání. Celkově jsou podnikatelky daleko spokojenější se svým způsobem práce a života než zaměstnankyně.

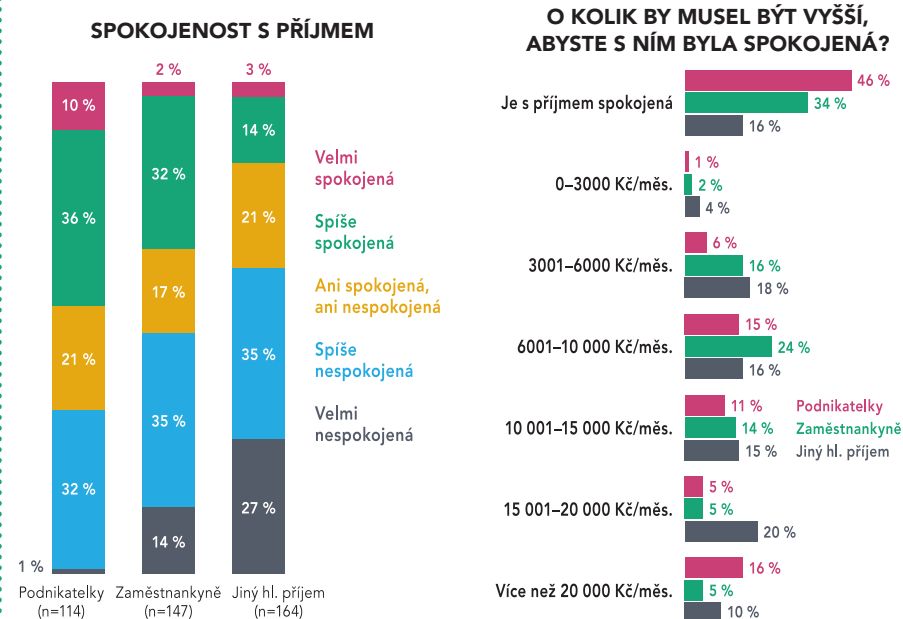


dostatek financí a přesvědčení o tom, že po jejich produktu/službě bude poptávka. Tyto faktory vnímá jako výraznou pomoc vždy přes 90 % respondentek. Zhruba 91 % považuje srozumitelné informace o podnikání za pomoc k jeho zahájení. Nejčennější informací je pak dovednost oslovení nových zákazníků, tento způsob podpory řadí mezi nejdůležitější přibližně 49 % respondentek. Informaci o způsobu založení firmy považují za cennější hlavně mladší ženy. Stále více ženy oceňují pomoc kouče či mentora s reálnými podnikatelskými zkušenostmi, který by ženám pomohl překonávat zásadní překážky v podnikání.

„Začínala jsem podnikat ve 21 letech, a to hlavně proto, že jsem kolem sebe měla spoustu podnikatelských vzorů. A když dnes, po 12 letech, jsem často v roli mentorky pro začínající podnikatelky, vidím, jak moc je zajímavá právě ta reálná zkušenost, jak udělat ten první krok, jak se zbavit strachu, kde získat motivaci,“ řekla Eva Vašková Čejková, zakladatelka projektu Ženy, s. r. o. „Ženy si uvědomují, že podnikání může být cesta k seberealizaci a naplnění jejich potenciálu, jenom k tomu potřebují pomoci. Čím více ženám budeme ukazovat inspirativní příběhy, nabídneme jim platformu, kde získávat potřebné informace a jak dát o sobě a svých produktech vědět, tím víc jsem přesvědčena o tom, že nárůst podnikatelek bude nadále pokračovat stejně tak, jako tomu bylo za poslední rok, kdy se meziroční nárůst počtu živnostníků podle statistik MPO k 31. 3. 2014 zvedl o neuvěřitelných 10 662 žen.“

Přibližně 79 % dotazovaných žen vnímá jako problém ve svém podnikání nedostatečnou státní podporu. Na 78 % dotazovaných žen pak stejně problematičtěji hodnotí i přebujelou administrativu spojenou s podnikáním. Ženy s předchozí podnikatelskou zkušeností také více plánují podnikání v budoucnu. „Téměř třetinu všech živnostníků a drobných podnikatelů tvoří ženy, jejich počet přitom stále roste. Z našich zkušeností vyplývá, že ženy-podnikatelky jsou oproti svým mužským protějškům v podnikání odpovědnější, realističtější i pracovitější, zároveň mají lepší platební morálku. Raiffeisenbank je banka tradičně zaměřená na kvalitní poradenství a dlouhodobý vztah s klientem, proto jsme vnímání jako banka vhodná pro podnikatele a chceme být přirozeným partnerem i pro podnikatelky,“ uvedla manažerka firemního bankovníctví Raiffeisenbank Viktoria Kapušanská. (tz)

Podnikatelky jsou také celkově spokojenější se svým příjmem, jeho výše vyhovuje přibližně polovině z nich proti třetině u zaměstnankyň.



Vedoucí: to je nejlepší kariéra podle českého vysokoškoláka

Studenti českých vysokých škol by nejraději našli uplatnění typu vedoucí (vůdce), podnikatel a idealista, tedy člověk, který se živí nápady. Vyplývá to z globálního průzkumu Universum, kterého se zúčastnilo 10 645 studentů z 61 vzdělávacích institucí z celé České republiky. Mezi respondenty byli i lidé z Bankovního institutu vysoké školy (BIVŠ). Ti dávají přednost jinému charakteru kariéry: na prvním místě mají typ práce podnikatel, dále si považují role člověka, který vše uvádí v soulad, a teprve pak je vedoucí.

Podle průzkumu studenti vysokých škol z celé ČR očekávají v průměru plat 24 488 Kč s tím, že za pět nejatraktivnějších zaměstnavatelů v soukromém sektoru považují Google, Českou národní banku, Škodu Auto, ČEZ a Microsoft. I v tomto případě se dají vysledovat rozdíly, srovnáme-li data za všechny české VŠ a Bankovní institut. Lidé z BIVŠ dávají přednost České národní bance, České spořitelně, ČSOB, Komerční bance a pěti uzavírá Google. Co se platy týče, lidé z BIVŠ očekávají průměrně 30 115 Kč měsíčně.

„Lidé na BIVŠ studují zpravidla proto, že chtějí pracovat právě v bankovním sektoru,“ řekl rektor Bankovního institutu vysoké školy Pavel Mertlík a dodal: „V současné době máme celkem 1800 studentů, včetně těch v zahraničí, z toho je v České republice asi polovina. Průzkum potvrdil, že zaměření studia na praktický život v bance je to, co mladí lidé od BIVŠ očekávají. Vnímají ho jako dobré pro budoucnost s vysokou pravděpodobností uplatnění. A i když školu považují obecně za náročnější, předpokládají, že díky jejímu absolvování získají odbornost, vydělají slušné peníze a dosáhnou společenské prestiže.“

Šetření také ukázalo, že většina absolventů vysokých škol předpokládá, že v prvním zaměstnání zůstane více než pět let. Odpovědělo tak 51 % respondentů ze všech tuzemských vzdělávacích zařízení, z BIVŠ dokonce 66 %. Roli

při výběru zaměstnavatele hraje zejména reputace na trhu (47 % všechny VŠ v ČR, 58 % BIVŠ), prestiž (41 % všechny VŠ v ČR, 53 % BIVŠ) a finanční situace (31 % všechny VŠ v ČR, 50 % BIVŠ).

„Zatímco u finančních otázek jsou podle průzkumu studenti BIVŠ trochu náročnější, obecně totiž očekávají, že v bankovním sektoru je více peněz, co se týče požadavků na pracovní prostředí a charakter práce, příliš se neliší od studentů jiných vysokých škol,“ sdělila výkonná ředitelka Bankovního institutu vysoké školy Lucie Kuželová a doplnila: „Studenti všech univerzit shodně požadují v práci profesionální přístup a možnost osobního rozvoje, bezpečné prostředí a také nové výzvy. Rovněž chtějí přátelské, kreativní a dynamické prostředí, v němž nebude chybět ani ocenění individuálního výkonu.“

Průzkum Universum mimo jiné ukázal, že si mladí lidé v ČR nejčastěji vybírají vysokou školu na základě rodičů (14 % všechny VŠ v ČR, 8 % BIVŠ).

Vliv mají také tištěné informační materiály, včetně katalogů a brožur (11 % všechny VŠ v ČR, 8 % BIVŠ) a představa o kariéře vycházející z aktuální nabídky univerzitního trhu (12 % všechny VŠ v ČR, 5 % BIVŠ). Co se týče loajality studentů zjišťované na základě otázky, zda by si studenti znovu vybrali stejnou vysokou školu, pak 56 % všech účastníků průzkumu odpovědělo ano.

Každoročně se průzkumu Universum, který se týká kariérního uplatnění, účastní na 600 000 studentů z celého světa. Z České republiky jich letos bylo 10 645, přímo z BIVŠ na otázky v rámci globálního šetření odpovědělo 96 studentů. (tz)



Foto Shutterstock



Koho a co mám ráda

Čokoládové nebe na zemi!

Není to dávno, kdy jsem se opět poddala čokoládovému vábení. Každý máme ten svůj hřích. A čokoláda je celkem bezpečná – ani pěstní souboj ani krev. Jen pozor na štíhlou linii a možná až nepatřičný úsměv na tváři! Ba ne, takové sladké blaho, růžové brýle si člověk nemá odpírat. Má se na nich naučit vychutnat si svou chvilku, svých pár okamžiků, kdy si dovolí rozplývat se v lahodné přítomnosti. Jak? Odhalila jsem ryze českou čokoládovou cestu do svého osobního nebe. Pralinky Ribretto. Tváříly

se nevinně, dokud se nerozplynuly až nestydatě na jazyku a neodhalily svá jedinečná tajemství uvnitř: ovoce, oříšky, marcipán. Už teď se zase těším na svoji další osobní nebesky labužnickou chvilku, na svoji návštěvu oproštěnou od budoucnosti i minulosti, kde čas pozbývá platnosti. Ověřila jsem si, že pralinky Ribretto vám věnují i něco navíc.

Rozvází jazyky, sbližují lidi, a tak se ten váš ráj na zemi zase o něco trochu rozšíří. Není krásné sdílet vzájemně hříchy?

Kateřina Šimková



Mezinárodní tým lektorů CEMI pro nové MBA programy v angličtině

Vzdělávací institut CEMI (Central European Management Institut), přední český specialista na manažerské vzdělávací programy MBA a LLM s celoevropskou působností, chce přilákat více zahraničních studentů na nové prestižní online programy MBA výlučně v angličtině. V české republice budou tyto programy unikátní mezinárodním týmem lektorů, kteří mají kvalifikaci pro výuku oborů zaměřujících se na oblast mezinárodního businessu. Chybět nebudou vyučující z Velké Británie, USA, Irska, Francie, Španělska či Brazílie.

Na institutu CEMI lze již nyní studovat MBA a LLM programy v češtině, přičemž závěrečné práce mohou studenti odevzdávat ve slovenštině. Výuka výlučně v angličtině doposud chyběla. Vše se změní se zahájením nových kurzů. Od 1. října institut spustí dva nové MBA obory vyučované v anglickém jazyce. Výuka v angličtině se sice v České republice již vyskytuje, unikum je však tým mezinárodních lektorů zajišťujících výuku v těchto oborech.

Pro spuštění těchto programů, které jsou kompletně online, se institut rozhodl z důvodu velkého zájmu o studium MBA v anglickém jazyce. „Zájemci o studium z Česka i z celého světa mají nyní možnost studovat obory, které se věnují globálnímu prostředí businessu, což je v současnosti trend, který vyžaduje větší na společnost, obzvláště nadnárodních korporací,“ vysvětlil důvody otevření programů Mgr. Štěpán Mika, ředitel institutu CEMI. Programy MBA v angličtině společně s online formou výuky institut zařadí mezi prestižní instituce a zpřístupní výuku studentům z celého světa. O institut vzroste zájem mezi cizinci, kteří pocházejí z různých koutů zeměkoule a mají zájem o kvalitní online MBA vzdělávání. Toto studium má vyjít vstříc také cizincům žijícím v ČR či zahraničním firmám. Směrování institutu je zřejmé – moderní vzdělání bez hranic dostupné nejen pro studenty z Česka a Slovenska, ale i pro všechny zájemce o kvalitní, a přitom cenově i časově dostupné MBA studium, bez ohledu na jejich místo bydliště a časové možnosti.

Mezinárodní tým lektorů

Dnes v České republice působí několik institucí poskytujících online MBA studium v angličtině. Institut CEMI se od nich zásadně odlišuje mezinárodním týmem lektorů, kteří mají pro výuku oborů zaměřujících se na oblast mezinárodního businessu a podnikání ty správné kvalifikace.

„Všichni lektori byli pečlivě vybráni na základě svých kvalifikací a zkušeností právě tak, aby dohromady tvořili pestrý mezinárodní tým, zajišťující kvalitní výuku studentům z celého světa. Důležitými požadavky pro výběr lektorů byly jejich kvalifikační předpoklady pro výuku daných oborů a zkušenosti s výukou formou e-learningu,“ vysvětlil Štěpán Mika.

Mezi lektory patří:

- ✓ **Bc. Alvaro Aznar, MBA** ze Španělska (Strategic planning, Organization & Process Management)
- ✓ **Fabiano de Alcántara de Lima, Ph.D., PMP, PMI-RMP** z Brazílie (Project Management)
- ✓ **Joelle Bhullar, MBA**, z USA (Marketing Management)
- ✓ **Lisa Clark, MAHRMD, QTLS, PG Dip HRM&D, CertEd, Chartered FCIPD, FinstLM, FIFL, MCMI** z Velké Británie (Personal & Professional Transformation, Leadership Development),
- ✓ **Isobel Cunningham, Ph.D., MSc, BA Hons** z Irska (Global Policy and Strategy, International Entrepreneurship)
- ✓ **profesor Guillaume Finck** z Francie (International Business strategy, Geopolitics and Prospectives)
- ✓ **Ed.D. Dr. Jonathan Hochberg, BA, MBA** z USA (International Corporate Finance)



- ✓ **Claire Jacqueline Manning, BA, MBA, PGCE** z Velké Británie (Managing innovation, Business Enterprise)
- ✓ **Ph.D. Kester Osahenye, MMP** ze Skotska (International marketing and social media, Strategic Marketing & Product Management)
- ✓ **Dr. Pietro Andrea Podda, Ph.D.** ze Sardynie v Itálii (Consumer Protection Policies for Business)
- ✓ **Ing. Monika Barton, MBA** z Nového Zélandu (Modern Trends in SME Sector)
- ✓ **Ing. Jiří Matoušek** z Česka (Intercultural Communication)

Obory v angličtině

Mezi nové obory vyučované v angličtině patří Global Executive MBA a International Business and Marketing Management. Obor Global Executive MBA je vhodný pro pracovníky středního a vyššího managementu, kteří se zabývají mezinárodním či globálním obchodem. Hlavním cílem oboru je poskytnout celkový přehled o podnikání a jeho současných trendech v mezinárodním prostředí. Obor International Business and Marketing Management je určen pro všechny manažery, kteří se zabývají mezinárodním obchodem a marketingovými aktivitami ve společnostech všech velikostí či odvětví. Oba obory lze začít studovat od 1. října (zájemci se mohou přihlásit již nyní). Dále bude možné studium zahájit každý měsíc v průběhu celého roku. Cena oborů je od 4990 eur.

Vlastní MBA

Institut CEMI má vlastní kvalitní MBA programy. Za tříleté působení (letos výročí) má dostatek zkušeností. Disponuje světově uznávanými akreditacemi, které jsou v dnešní době jednou z možností, jak odhalit kvalitní a nekvalitní poskytovatele studia. V oblasti distančního vzdělávání je takovou asociací Mezinárodní asociace pro distanční vzdělávání (IADL) a Evropská asociace pro distanční vzdělávání (EADL).

V minulosti studium úspěšně absolvovala například Ing. Naděžda Mauleová, MBA, nyníjší ředitelka VOŠ a SPŠE Plzeň, která zvolila e-learningovou formu studia z důvodu časové volnosti v plnění úkolů. „Největší přínos MBA studia na CEMI spatřuji v tom, že mě donutilo přemýšlet dopředu a pracovat na koncepci budoucího rozvoje příspěvkové organizace, ve které jsem již 20 let působila. V průběhu studia jsem ji postupně analyzovala, naučila jsem se novým přístupům, hlavně v předmetech Manažerská ekonomika a Strategický management,“ uvedla Naděžda Mauleová.

Co je MBA v českých podmínkách?

Master of Business Administration, zkráceně MBA, je profesní studijní program, který připravuje studenty do manažerských pozic, a především prohlubuje jejich znalosti v oblasti řízení. Patří do oblasti celoživotního vzdělávání. Protože však není ve většině zemí, včetně Česka, formálně uznán jako akademický titul, nelze ho za něj zaměňovat, a nejde tedy o náhradu vysokoškolského vzdělání (ať již bakalářského, magisterského, či doktorského stupně). Pro přijetí na studium se obvykle vyžaduje vysokoškolské vzdělání alespoň bakalářského stupně, případně středoškolské vzdělání s maturitou v kombinaci s dostatečnou manažerskou praxí.

www.cemi.cz

(tz)



Jóga vám nepostaví život na hlavu

Pozdrav Slunci s opakováním manter

Pokud jste se rozhodli praktikovat pozdrav denně, zjistíte jeho účinky na fyzické tělo poměrně brzy. Vytvaruje se postava, kila začnou ubývat, tělo je pružnější. Pozdrav Slunci má však další, na první pohled skryté účinky. Pokud zvládnete základní nácvik, zkuste cvičit se zavřenými očima a sledovat odezvy těla a mysli. Dýcháme stále nosem, nádech a výdech trvá stejně dlouho, pozornost je zaměřena na koordinaci pohybu a dechu. Při pomalém cvičení můžeme setrvat v každé poloze navíc po dobu jednoho nádechu a výdechu, případně výdechu a nádechu. Po zvládnutí dechu můžeme vřadit cvičení s opakováním manter a působit na jednotlivé čakry. Čakry jsou centra pránické energie v těle. Nacházejí se v jednom z obalů fyzického těla a mají v něm také své protějšky, na které se pro snazší orientaci zaměřujeme. Kořenová čakra se nazývá múladhára a nachází se v oblasti hráze mezi konečníkem a pohlavními orgány. Svadhištána

je poblíž kostrče, manipúra za pupíkem, anaháta za srdcem, višudhi proti krční jamce, adžná v hlavě mezi obočím, někdy se nazývá třetí oko, sahasrára nad temenem hlavy. O čakrách se dozvíme v některé z dalších pokračování, teď se vrátíme k pozdravu Slunci. Při jednotlivých pozicích můžeme pozdravit Slunce jeho dvanácti sanskrtskými názvy a zároveň působit na čakry.

Používáme tyto mantry:

- ✓ Óm Mitráje namah (zdravím toho, který je přítelem všech), působíme na Anaháta čakru,
- ✓ Óm Raváje namah (zdravím toho, který je příčinou všech změn), Višuddha čakra,
- ✓ Óm Súrjája namah (zdravím toho, který je zdrojem činnosti) Svadhištána,
- ✓ Óm Bhánávě namah (zdravím toho, který září jako briliant), Ádžná,
- ✓ Óm Khagája namah (zdravím toho, který se pohybuje po nebi), Višudha,



Světlana Prokešová,
lektorka jógy

✓ Óm Pušné namah (zdravím toho, který je dárce veškeré síly), Mannipúra,
✓ Óm Haran-jagarbhája namah (zdravím toho, který je

středem všeho), Svadhištána,
✓ Óm Maríčajě namah (zdravím toho, který vše osvětluje) Višuddha,
✓ Óm Aditjája namah (zdravím toho, který osvobozuje z pout) Ádžná,
✓ Óm Savitré namah (zdravím toho, který je tvůrce všeho) Svadhištána,
✓ Óm Arkája namah (zdravím toho, který je zdrojem energie) Višuddha,
✓ Óm Bhaskarája namah (zdravím toho, který nás vede za světlem), Anaháta.

www.jogastars.cz



Fejeton

Zapadlí nezapadlí...

Okrajová část naší překrásné vlasti. Málo známá, tichá, ještě pořád nedotčená. Zavítá sem jen hrstka návštěvníků, ať už jsou z jiných částí České republiky, nebo ze zahraničí. Ale ti lidé tady! Možná by si člověk s dobrým vzděláním a dobrým zaměstnáním řekl: Och, jaká to bída zde? Ale ti lidé! Zvláštní, velice zvláštní. S podivuhodně zvednutým obočím by si je všechny prohlédli. A začal by se tázat. Jak tohle mohou vydržet? Kde se v nich bere ta odolnost, odhodlanost? A čím se zabaví, když jim život přinese volnou chvíli? Vždyť tu nic není. Ani peníze, ani honosné podniky. Snad jen ta příroda, kterou znají jak své boty. Cizinec by usedl na terasu hotýlku pod zámek Janský vrch. Šel by se podívat na Borůvkovou horu. S batohem i dětmi v zádech by vyšplhal až ke zřícenině na Rychlebach. Večery by trávil v malé taverně, poblíž sádek, kde taky dělají toho nejlepšího pstruha na česneku, v hospůdce u cesty, kde se čepuje ta nejlepší limonáda z tanku podobně, jak tomu bylo za jeho dětství. Stačí nahlas pozdravit, usednout za stůl a osmělit se dobrým pivem, kterého se vaří v Hanušovicích nebo nealko mokem z Krnova. Malé všednosti jako nápoj sbližují. Otočil by se jeden z místních, druhý a postupně by se kolem návštěvníka zdaleka utvořil kroužek zvědavých lidiček, kteří si chtějí svou sestru po náročném dni zpestřit novinkami a novými

lidmi. První otázka: Tak co, jak je tam u vás v Praze, Plzni, Brně? Obyčejná. Ale rozváže jazyk nejednomu člověku.

Cizinec není zapomenut. Naopak. Pokud vydrží do víkendu a je-li příjemný a na lidi nehledí s despektem, dostává se mu pozvání. Kam? Na slavnost, zábavu, hasičskou soutěž, bál, myslivecké hody, kácení máje. Rychleběší si svou týdenní společenskou událost vždycky nějak zorganizují. Platí tu dvojnásob, že kdyby na chleba nebylo, sranda musí být! Mají rádi tradice a ještě raději je interpretují novým způsobem. Ne však za cenu ztráty pohodlí a strategické výhody. Slavnost – to je místní studnice čilého společenského ruchu všeho druhu. A generace se tu tak prudko nedělí, naopak se střetávají, jsou spolu, sdílejí své životy i moudrosti. Někdy i velice tvrdohlavě, ale vždycky tak, že se ovzduší vyčistí, aby tak spolu zase mohli táhnout za jeden provaz.

Společenská struktura dává cizinci za brat. Jak by ne, když tady je víc než padesát procent populace příbuzensky spřízněna. Při hovoru slyší, kdo proti komu brojí, intrikuje, kdo je vystaven kritice a proč. Odhalují se normy a vzájemné vztahy. Hlava se člověku točí. Vždyť ta anonymita města je tak jednoduchá. Pohodlná. Nezávazná. Člověk by snad na venkově očekával jednoduchosti ještě víc. Ale místo toho se ztrácí v sítích, do nichž jsou zapojeny stovky lidí. Před očima si představuje, jako by to snad byla neurální struktura: Neuron jsou vůči sobě navzájem spojené hned

několika synapsemi a těžko se v nich vlastně vyznat, když nejste odborník. Skoro by se zdálo, že se cizinec dostal do středu bitevního pole. Vesele se tu celé kolo baví pomlouváním, hodnocením, moralizováním a poučováním. Jako když se čerti hádají v pekle, kdo donesl lepšího hřištníka na stůl Luciferovi.

Ale pak najednou všichni začnou vzpomínat: Jo-jo, povodně v roce 2009. To bylo prostě hrozné. Měli jsme tu co dělat, abychom si zachránili životy. Ale Martin tady z Vlčic, dobrovolný hasič, toho to spláchlo a už jsme mu nemohli pomoci. Atmosféra potemní. Pohledy těžknou a zvlhnou. Najednou jako by se válečná vřava rozplynula. Cizinec naslouchající místním uvidí, že tohle jsou jedni z nejméně sobeckých lidí, kteří myslí na druhé a skutečně jim na nich záleží. Cizince také ale očekávají v radostném napětí na nejbližší oslavě. Odmítnout pozvání se tu bere za opovržení místní společnosti. Urážku Rychlebských neradno riskovat! Neznámému člověku se otevřeli a očekávají to samé od něj. Chutnává se domácí pálenka, jídlo, jímž se ženské chtějí pochubit, prostě to, co nese punc práce, lásky a zrůcnosti. Všichni se baví tak bezstarostně a radostně, až oči přecházejí a s prvním zakokrháním kohoutů na dvorcích se teprve vrací k domovům. A tato vášeň pro společenskou událost a život vůbec jim dodá sílu na další dny. A tak jsou tam skoro bez povšimnutí, tam severně od Jeseníků, schovaní lidé lidštější, než by se mohlo zdát. Bez nejdrazších vymožeností civilizace dokáží najít smysl života, radost, lásku, dokáží vnímat krásu a vážit si všeho, co jim život, příroda, rodina a přátelé dali.

Kateřina Šimková



Na chování sousedů si stěžuje více než pětina obyvatel bytových domů

Obyvatelům českých bytových domů nejvíce vadí sousedé, nájemníci a problémy spojené s lidským faktorem. Nespokojenost s lidmi nás pálí dokonce více než technické a estetické nedostatky domu. Raiffeisen stavební spořitelna průzkumem zjistila, že jen pětina Čechů žijících v bytových domech je naprosto spokojena se svým bydlením.

S vlastními sousedy má problém 21 % Čechů. Češi vnímají jako větší problém než špatný stav svého domu (7 % respondentů) své sousedy a ostatní nájemníky (21 %). Mezi další faktory, které obyvatelům v domě vadí, patří nečistota a nepořádek (9 %), laxnost a lhostejnost k dění v domě (6 %), hluk (6 %) a další problémy spojené s lidským faktorem, například špatná komunikace, vedení domu či jeho správce, bezohlednost sousedů a kuřáci. Z technických závad respondenti nejčastěji uvádějí jako problém zastaralý výtah (6 %), špatné zabezpečení vchodu (4 %) a celkovou vybavenost domu (4 %).

Kouření a hluk – nejčastější body sváru

„Za největší překážku v dobrém sousedském soužití lidé uvádějí kouření (34,2 %) následované hlukem (33,3 %). Pokud nepomáhá domluva, lze tento problém částečně řešit klimatizací na chodbách, odhlučněním nebo zvukotěsnými dveřmi,“ uvedla Dagmar Jonášová z Raiffeisen stavební spořitelny.

Dělají nepořádek a nezdraví

Anketa ukázala, že téměř čtvrtině lidí na sousedech vadí jejich nepořádek a to, že nezdraví nebo neodpovídají na pozdrav. Mezi další důvody nespokojenosti patří, že sousedé pouštějí do domu cizí lidi. Každý osmý respondent si stěžuje na pomlouvání a bezohlednost ze strany sousedů a obecně špatnou komunikaci.

Co vám na sousedech ve vašem bytovém domě vadí



Jak moc se lidé angažují v dění bytových domů

Důležitou součástí sousedského života v bytovém domě jsou schůze (shromáždění) společenství vlastníků jednotek (SVJ) nebo bytových družstev (BD). Naprostá většina (83 %) lidí se zajímá o to, co se v jejich domě děje. Polovina lidí tvrdí, že na domovní schůze chodí vždy, třetina se o to snaží a zbytek chodí málo nebo vůbec. Nejobvyklejším důvodem pro účast je snaha získat informace (63 %). Svou absenci pak lidé nejčastěji omlouvají zaneprázdněností. Naprostá většina lidí má dostatek informací o činnosti SVJ nebo BD (80 %) a je spokojená s tím, jak je vedeno (68 %). Respondenti nespokojení s vedením SVJ nebo BD si nejčastěji stěžují na neefektivitu a neschopnost představenstva.

Dění v bytovém domě: chybí informace o půjčkách a hospodaření

Ačkoliv má většina lidí pocit, že má dostatek informací od vedení BD nebo SVJ, obeznáme-

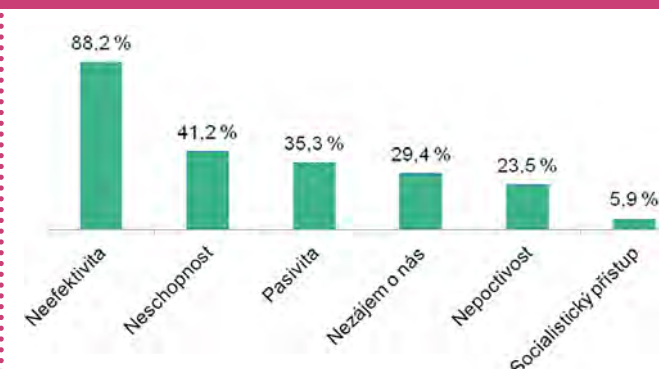
nost s některými zásadními záležitostmi chybí. „Jen 56 % respondentů je dostatečně informováno o tak důležitých věcech, jako jsou rozhodnutí o úvěrech a hospodaření domu. O plánech na další rok informují SVJ a BD své členy ještě méně. Takovou zkušenost má polovina dotázaných,“ doplnila Dagmar Jonášová z Raiffeisen stavební spořitelny.

Co vadí lidem z rodinných domů

Obyvatelům rodinných domů, stejně jako těm z bytových domů, nejvíce vadí, když sousedi kouří a jsou hluchí. Rozdíl přináší vlastnictví pozemku a zahrady.

Lidem v rodinných domech víc vadí nevychovaní psi, kteří znečišťují jejich pozemek, a sousedi, kteří neudržují svou zahradu. Více než pětina majitelů rodinných domů někdy přemýšlela o odstěhování se do domu na samotě. To je výrazně méně než v případě obyvatel bytových domů, kde tato myšlenka napadla 47 % z nich. (tz)

Co vám na vedení BD nebo SVJ vadí



O čem a jak jste vedením (BD/SVJ) informováni



Perníkové vizitky na svatební stůl a osmikilová perníková motorka

Dva měsíce prázdnin rozhodně v JaJa Pardubice s.r.o. nedrží. Týden dva, a to je všechno. I v létě je co dělat. Ranní vstávání ve čtyři a pracovní doba prožitá kromě běžných povinností také s fantazií, jež rok od roku kypí, protože přání klientů jsou stále odvážnější. Firma, v jejímž čele je usměvavá Jarmila Janurová, se však neproslavila jen perníčky. Však čtěte dále:

***artesa**
SPOŘITELNÍ DRUŽSTVO



Co dělají perníkáři v létě? Vymýšlejí, co nového připraví na dny chladnější?

Perníkáři v létě vyrábějí perníčky s celoroční tematikou, více zaměřené na letní motivy. Dále plníme přání klientů, kteří přicházejí s vlastními návrhy na to, co by z perníku chtěli připravit. Po konzultaci s nimi se snažíme co nejvíce jim vyhovět. Při tom se stále učíme něčemu novému. Vzniká tak například plastická perníková motorka postavená na podložce o váze osm kilogramů. V létě bývá i více svateb, dodáváme perníkové vizitky na svatební stůl, dorty, perníkové pokladničky na peníze od svatebčanů, děkovací srdíčka rodičům, perníkové dárky svatebnímu páru a perníkové minidezerty na stůl i do výslužek. Perníkové pastelky na konec školního roku nebo dárek pro prvňáčky na uvítanou v září od paní učitelky či od starosty regionu. Návštěvníci Pardubic si zase nakupují a odvázejí různé

perníkové výrobky. Jak jinak z perníkového města, ostatní zboží najdou ve všech marketech republiky, naše výrobky jsou pro ně však něco zcela jiného a charakteristického. Sortiment výrobků obsahuje dnes asi dva tisíce druhů, tak je z čeho vybírat. Na základě poptávek nyní připravujeme také vzorky perníkových výrobků pro firmy, které uvažují o předvánočním dárku pro svoje klienty. Nezapomínáme ani na inovaci výrobků v sortimentu perní-



kových dezertů či perníkových minidezertů a zdobeného perníku. Zvažujeme i rozšíření vánočního zdobeného sortimentu.

JaJa Pardubice je na trhu už pěkných pár let. Když jste začínala, měla jste odvahu se zadlužit, vzít si úvěr? Nebo jste nejprve šetřila?

Myslím, že 25 let na trhu to je pěkná řádka let a hodně zkušeností. Po čtyřech rocích výroby v domácím prostředí jsem se rozhodla postavit provozovnu na zahradě a vytvořit do deseti pracovních míst. Odvahy a elánu jsem měla až až. Cíl a představu jsem si nenechala vynaléhat rodinou, manžel měl z mého úmyslu až zdravotní potíže. Stavba byla financována z úvěru a ručili jsme rodinným domem, který jsme odkoupili od rodičů. Finanční hotovost nebyla žádná. Výroba se zvětšovala a s tím i počet pracovníků postupně stoupl až na třicetku. Úvěr byl ale splacen v termínu. Po sedmi letech jsem znovu rodinu šokovala – tentokrát to byla přístavba objektu. Podařilo se, provozovna vyhovuje všem potřebným náležitostem.

A pokud byste se rozhodovala ještě investovat, půjčila byste si i dnes, po všech těch zkušenostech, v pozdějším věku, i v době, kdy česká ekonomika zdaleka nemá na růžích ustláno?

Investice do dalšího strojního vybavení provozovny jsem s přicházející krizí zastavila na poslední chvíli a bylo to dobře. Zadlužení dnes není vhodné, jsou jiné priority, musím mít zodpovědnost za pracovníky, které zaměstnávám. Velmi lehko může firma sklouznout do konkurzu a celé letité snažení by vešlo vniveč. Přesto stále věřím, že se vrátí doba, kdy poctivé podnikání bude mít lepší podmínky.

Co je podle vás lepší – nejprve něco naspořit a pak nakoupit stroje, přibrat zaměstnance, nebo si půjčit, a pak splácet?

Z mé zkušenosti – je lépe si půjčit, postupně budovat firmu a splácet.

Kvapem se blíží vyhodnocení dalšího ročníku soutěže Česká chuťovka. Nač nejraději vzpomínáte z loňské slávy?

Česká chuťovka, získaný certifikát pro označování výrobků pro Perníkové minidezerty bylo pohlazení po mé duši. Bylo to ocenění za výrobky „vyplané“ ve firmě s vlastní technologií, se studiem možností nákupu potřebných surovin v Česku, také tak, abychom nemuseli používat zlepšující přípravky do těst, naprostá odlišnost perníkových výrobků (dnes máme 34 druhů minidezertů), velmi vhodný produkt pro prezentaci města Pardubic atd. Pro mě to byl významný den. Velmi ráda vzpomínám na prezentaci ostatních firem a jejich vyhodnocené výrobky v sále i v přílehlých saloncích. Mohli jsme ochutnávat a uvědomit si, jak šikovné české výrobce máme.

Na jakou novinku z vaší nabídky se můžeme letos těšit? Nejsou to jen perníčky, ale vyrábíte i pověstné buchty, slané pečivo...

Toto je pro mě velmi těžká otázka. V poslední době jsme vyvinuli řadu perníčků zdobených, dezertů i perníkových minidezertů. A čím se pochlubit v dalším ročníku České chuťovky, nemohu se rozhodnout, stále váhám. Vím, čas k přihlášení se krátí. Daří se nám trhu nabídnout výborné buchty a koláče z vlastní vymazlené receptury. Pro nás doplňková výroba, pro naše klienty výborná chuťovka. Máme rovněž slané pečivo, zatím pouze cibulové nebo česnekové vdolky. Buchty ale vedou. Před Vánoci rozšiřujeme sortiment o vánoční cukroví. No, nechte se překvapit.

otázky připravila Eva Brix
www.pardubickypernik.cz

