

Madam[®] BUSINESS

PROSPERITA

leden 2015

Noční procházka

Eva Brixí

Jen tak se pousmál
Klobouk nesmeknul
Stál pořád opodál
Ten stín můj vlastní
Pod palbou rozzuřených lamp
A naposled přede mnou pokleknul
Na křivce chodníku
pouliční chlap
Kráčím kolem městských zahrad
O dům dál
Sólo si teď nechám zahrát
Prostří mi úsměv od úst k ústům
Jako bys o život stál
Já ale stejně nepočkám
Opojný sen pravdě pohárů nalévám
Spěchám si po svém jinak
Jak to bylo mezi námi
Lavičky mi pošeptaly
Když jsi zmizel za vílami
Moje duše zpustla
Mužskými nevěrami

Světla Prokešová

Od koketérie k přátelství s jógou

rozhovor na stranách 10–11

INZERCE

Valentýna

si vychutnejte s námi

Dolad'te den zamilovaných v cukrárně. Mějte srdce na správném místě!

www.cafe-charlotte.cz



Obsílka pro 10 000 českých firem kvůli softwarovému pirátství

V těchto dnech obdrží 10 000 tuzemských firem výzvu kvůli podezření z možného užívání nelegálního softwaru. Protipirátská organizace BSA | The Software Alliance se na firmy obrací s výzvou, aby provedly kontrolu legálnosti softwaru užívaného při podnikání. Obsílky jsou zaměřeny hlavně na menší firmy do padesáti zaměstnanců, které se zejména v loňském roce mohly stát obětí bezskrupulózních obchodníků, kteří nabízejí levnější software bez řádné licence či přímo padělky.

„Podvodně nabízejí na internetu software nejasného původu či zatajují, pro jaké účely je možné software užívat. Kupujícím hrozí postihy plynoucí z porušení autorských práv k softwaru,“ varoval Jan Hlaváč, zástupce organizace BSA, která sdružuje významné výrobce softwaru, například Adobe, Autodesk nebo Microsoft. Mezi neautorizované obchody patří zejména internetové aukce či prodejci bez smluv s výrobcí nabízeného softwaru. „Jednatele žádáme o kontrolu a doporučujeme jim využít licencování v takzvaném cloudu, kde riziko podvodů nehrozí a umožňuje zalicenovací i několik zařízení najednou,“ dodal Jan Hlaváč. Organizace BSA zároveň firmy upozorňuje na ověření licencování softwaru instalovaného v tabletech a mobilních telefonech, a to včetně přístupových licencí k serverům. „Řada firem ne vlastní licence umožňující přístup k serveru



z mobilních zařízení, která se u zaměstnanců hojně rozšířila,“ upozornil Jan Hlaváč.

V Česku se podle loňské analýzy společnosti IDC užívá nelegálně 34 procent softwaru. Výrobci softwaru tak ročně přijdou o tržby v hodnotě 3,6 miliardy korun: „Každý třetí software je instalován nelegálně, tedy bez řádné licence,“ doplnil Jan Hlaváč.

Kontrolní nákupy prokázaly, že více než tři čtvrtiny (80 %) softwaru z neautorizovaných zdrojů nemá platnou licenci. „Jde o zdražené padělky, včetně falešných identifikačních štítků (23 %), či o software bez platné licence (40 %) nebo je licence pro nekomerční užití vydávána za komerční (37 %),“ komentoval situaci na trhu Jan Hlaváč.

Podvedení uživatelé jsou vystaveni významným právním rizikům, a to podobně, jako kdyby software sami pirátsky zkopírovali.

„To, že nákup nelegálního softwaru byl proveden v dobré víře, totiž kupujícího nikdy plně nezabývá odpovědností a rizika možných postihů,“ upozornil ještě Jan Hlaváč. Podvedení mohou přijít o hodně peněz. Architekt si například loni v „akci“ pořídil od neautorizovaného online obchodu konstrukční software za 58 000 Kč, přičemž cena obvyklá je 130 000 Kč. Dotazem u výrobce softwaru zjistil, že licence je neplatná a software by měl odinstalovat. Firma nabídla z obchodu záhy rychle odstranila. Za porušování autorských práv k počítačovým programům může soud podle okolností uložit vysoké peněžité tresty, či dokonce uložit trest odnětí svobody až na osm let. „Hrozí rovněž povinnost uhradit výrobcům softwaru odškodnění, v posledním roce v průměru přesahující 390 000 korun,“ shrnul Jan Hlaváč. Tato částka nezahrnuje náklady na soudní řízení a právní zastoupení: „Ty obvykle navýší náklady o dalších 10–15 procent.“

Prodejci musí kupující vždy informovat o typu licence a možnosti jejího využití: cena softwaru pro užití doma nebo ve školství se může výrazně lišit a s tím i podmínky užívání. „Kupující musí trvat na písemné specifikaci typu licence a možnosti využití, prodejci jim musí vyhovět, pokud nikoli, kupující by měl takovou nabídkou odmítnout a ideálně informovat výrobce softwaru, Policii ČR nebo BSA prostřednictvím formuláře na stránkách BSA,“ uzavřel Jan Hlaváč, zástupce organizace BSA, která sdružuje významné výrobce softwaru, například Adobe, Autodesk nebo Microsoft. (tz)

Usínáte v kanceláři?

Kancelářská práce je pro mnoho lidí v zimě komplikovanější. Kvůli menšímu množství světla jsou totiž v přetopených kancelářích unavenější a hůře se na práci soustředí. Osmihodinová pracovní doba za počítačem se tak stává ještě náročnější než během roku. Odborníci však mají řešení na základě studie lidského těla a chemických procesů. V článku vám přinášíme informace, jak v zimě v kanceláři zefektivnit svoji práci a cítit se lépe.

Podle Institutu pro zdravotní ekonomiku a technology assessment (iHETA) patří v Česku nemoci svalové a kosterní soustavy a pohybové tkáně mezi nejčastější příčiny invalidity. Představují 31% podíl všech invalidit. S řadou zdravotních problémů však mohou lidem se sedavým zaměstnáním pomoci ergonomicky tvarované pomůcky. „Mezi nejčastější negativní následky sedavého zaměstnání patří problémy se zády, zhoršení vidění či syndrom karpálního tunelu. Řada firem proto svým zaměstnancům pořizuje vhodné tvarované židle, které díky propracované ergonomii mohou do značné míry působit jako prevence těchto zdravotních potíží. Od pracovního nepohodlí mohou zaměstnance uchránit

i ergonomické gelové podložky pod myš, které ulevují zápěstí, či třeba podpěrky chodidel,“ vysvětluje Jana Martínková ze společnosti Activa, která ergonomické pracovní doplňky do kanceláří dodává. Pocit chladu v zimním období pak mohou zaměstnanci zmírnit pomocí ergonomického křesla s polstrováním, díky kterému působí židle tepleji.

Mezi největší bojovníky proti únavě patří světlo, kterého je však v zimě nedostatek. Ideální pracovní místo by mělo využívat co nejvíce denního světla a mělo by být umístěno zády nebo bokem k oknu. Sezení proti oknu se nedoporučuje, protože při pohybu slunce po obloze může dojít k oslňování. Důležitým bojovníkem proti únavě je pak v zimě vhodně zvolené umělé osvětlení. Klasické žárovky vyzařují hlavně žluté světlo, v LED světelných zdrojích naopak převažuje světlo bílé s velkým podílem modré složky. „Modré světlo stimuluje v lidském těle tvorbu serotoninu, který je známý jako hormon dobré nálady. Pokud si při šeru a prvních známkách únavy na práci přivítáte stolní LED lampičkou, podpoříte tak tvorbu serotoninu, který je odpovědný za buzení a stimulaci organismu,“ doporučila Jana Martínková. Barevná teplota světla není jen pocitovou záležitostí, ale i objektivně měřenou veličinou, která se udává v kelvinech. Zatímco barevná teplota klasické žárovky se po-

hybuje kolem 2700 kelvinů, proti zimní únavě je vhodné bojovat spíše LED žárovkami, u nichž výrobce udává hodnotu 6000 kelvinů a více. Další příčinou ospalosti a únavy bývá příliš teplé a suché mikroklima. Nadměrné teplo nejen uspává, ale též spouští pocení a fyzickou nepohodu. Suchý vzduch má negativní účinky na respirační ústrojí i na oči, které unavuje a vysušuje. Ideální mikroklima lze v kanceláři vytvořit při teplotách v rozmezí 21 až 23 °C a vlhkosti od 40 do 55 %. S touto pomocí například květiny, které zvlhčují a okysličují vzduch. Pro udržení zdravého vzduchu se také doporučuje pravidelné a rychlé větrání. Čerstvý vzduch a krátká prudká změna teploty mají totiž na organismus nabuzující účinky a zároveň jsou zpeřtřením i pro mozek, který se po většinu dne věnuje monotónní kancelářské práci. Pokud máte v práci ty nejlepší podmínky a zimní únava vás přesto zmáhá, vsaďte na přírodní stimulanty. Rychlým zdrojem energie pro mozek je například hroznový cukr nebo sladké ovoce. Povzbuzení přinese také mátový čaj či doplňky stravy s guaranou. Využít lze i odvar připravovaný z cesmíny paraguayské, známý jako yerbamaté. Tradiční lomcovák v podobě kávy odborníci příliš nedoporučují. Káva totiž při nadbytečné konzumaci dehydruje, což může vést k letargii a únavě. (tz)

Nanotechnologie v hotelu, aby se uklízel sám

Je to jako v pohádce o Popelce, která mohla jít tančit na bál, protože domácí práce si vzala na starost zvířátka. V píseckém hotelu Bílá růže je skutečnost neméně zázračná. Pokoj, koupelna a další prostory se samy udržují v čistotě. Ten zázrak je možný díky nanotechnologiím. Přináší naději na zlepšení zdraví nejen pro alergiky. Hovořili jsme o tom s manažerkou hotelu Bílá růže Evou Marešovou.

Jak jste přišli na nápad použít nanotechnologie jako užitečného a inovativního pomocníka ve vašem hotelu?

Nebyl to můj nápad, nanotechnologie mě velmi zajímaly, ale příliš jsem o nich nevěděla. Proto mne potěšilo, když mě oslovil jednatel firmy nanoSPACE Jiří Kůs s projektem pureSPACE Solution. Zaujal ho náš hotel a vysvětlil mi, co všechno by užití nanotechnologií v hotelnictví mohlo přinést nám a našim klientům.

Byla cesta od prvotní myšlenky k realizaci zdoluhavá a náročná? V čem byl největší problém a co šlo dobře?

Nebyla. Užití nanotechnologií v hotelnictví mě velmi inspirovalo, protože stále hledám, jak zlepšit služby pro klienty a vytvořit jim takové prostředí, ve kterém mohou v klidu relaxovat, odpočívat a nemyšlet na svoje starosti. A protože jsem člověk, který, když se pro něco rozhodne, tak nečeká a hned realizuje, tak se vše podařilo během krátkého času. Jediná překážka bylo najít datum realizace, tedy počítat s tím, aby nebyl pokoj obsazen. Aplikaci jsme chtěli zvládnout co nejdříve. Ta naštěstí trvá jen pár hodin a za den už je pokoj zase obyvatelný. Problémy vlastně žádné nenastaly a já jsem se nejvíce těšila na výsledek, který se i k mému překvapení dostavil ihned. Radost jsem měla velkou. Ne, že bych v účinky předtím nevěřila, ale netušila jsem, že se prostředí v pokoji natolik změní.

Co všechno nanotechnologické materiály v hotelu umí?

Na stropě je nanesen nanonátěr TiO_2 , který čistí vzduch od bakterií, alergenů a virů,

ale také má protiplísňové a antipachové účinky. Vzduch je proto v pokoji velmi příjemný, to je první věc, které si všimnete, když vejdete. Postel je vybavená antialergickým polštářem a příkryvkou s nanotkaninou a protiroztočovým povlakem na matraci. Ty zabírají, aby se vám v posteli hromadili roztoči a alergeny. Navíc se z nich nepraší. Křesla jsou ošetřena hydrofobní vrstvou, která odpuzuje špínu. Koupelna se díky ošetření nanotechnologiemi neuvěřitelně leskne a je naprosto nenáročná na údržbu, vlastně se téměř celá čistí sama. V takto uzpůsobeném pokoji nemůže mít problém žádný alergik, ale ošetření ocení i zdravý člověk, protože se nemusí bát, že by se na něj přenesla nějaká nemoc či by si spustil alergie, o které dosud nevě-

děl. A především, jak už jsem zmínila, nanotechnologie v pokoji vytváří velmi příjemné prostředí.



A dají se očekávat další efekty v hotelnictví a restaurátérství?

Ráda bych pokračovala s nanonátěry v restauraci, kde by čistily vzduch od nepříjemných zápachů, které se tvoří všude, kde se vaří. Dále pak ve Wellness centru, kde si myslím, že se jednoduše šíří nemoci a viry, a takto se tomu dá jednoduše zabránit.

Budete v nanotechnologiích pokračovat, budou dostupné nejen pro VIP hosty? Mohou pomáhat i ženám v domácnosti? Jakou vidíte jejich budoucnost?

Určitě nezůstaneme jen u VIP pokojů. Mým cílem je rozšířit nanotechnologie v hotelnictví natolik, aby se staly standardem. Proto jsem se zapojila do projektu Česko je nano a rozhodla jsem se, že budu šířit tuto myšlenku dál. Budeme pokračovat ve vybavování nejen hotelu Bílá růže, ale také Hotelu City Písek. Mým cílem je vytvořit řetězec nanohotelů v ČR.

Vzhledem k tomu, že i já jsem určitou dobu žena v domácnosti, vím, kolik zabere času uklízení. A vím také, jak by nanotechnologie mohly ženám práci velmi ulehčit. Která z nás by nechtěla mít neuvěřitelně lesklou koupelnu skoro bez údržby?

**mnoho nano i makro úspěchů popřál
Pavel Kačer**

Eva Marešová

Klidně a bez výčitek

Odhodlat se ke změně od začátku roku, to zní skoro jako předsevzetí. Ať už tomu říkáme jakkoli, jisté je, že máme-li chuť k radikálnímu kroku nebo jen poopravit nějakou maličkost, a pak druhou, třetí, aniž je výsledek jistý, měli bychom to zkusit. Klidně a bez výčitek svědomí. Ono to našeptávání, intuitivní hlas z hloubi duše, má něco do sebe. Vnáší odvahu do našeho pojetí života a vybízí k nacházení nového, lepšího, správnějšího i radostnějšího. Odpovídat ne bývá pohodlnější než kývnout a říci ano. Ano, zkusím to, ano, připravím se na to, ano, nebojte se, pokusím se o to. Moc bych si v tomto roce přála, aby přibýlo optimistů, lidí, kteří svou vírou, odhodláním, originální myšlenkou potlačí rejpalý a prudič, nespokojený a frfňalý, zapšklý a škodilce. Svými aktivitami, emocemi i rozumem, svou životní energii ať přebíjí kecaly a nemakačenky, rozumbrady a lenochy, posměváčky a nerudné hlupáky. Aby pitomce už nikdo nemusel poslouchat a virtuální pohádka s dobrým koncem odměnila vypravěče. Přála bych si, aby pověstný selský rozum dodal prostoru všem a všemu, co je pěkné, užitečné, vítané.

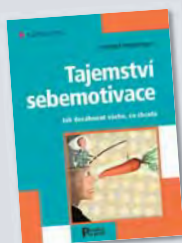
Eva Brixí, šéfredaktorka



Tip Grady

Tajemství sebmotivace:

Jak dosáhnout všeho, co chcete



Každé ráno začínat svěží, dobře naladěný a maximálně motivovaný. Každý večer se domů vracet s pocitem, že za sebou máte přínosný den. Zdá se to nemožné? A přesto to jde. Tato příručka vám ukáže, co můžete pro svou sebmotivaci a lepší pocit sami udělat. Pokud chcete dosáhnout něčeho, co je pro vás důležité, je potřeba se dostat ven ze své „zóny pohodlí“. Zjistíte, jakými „triky“ změnit myšlenkové vzorce a postoje. Poznáte, že je třeba zaměřit se na to, na čem vám nejvíce záleží. Situace, ze kterých jste dříve byli zoufalí, nyní budete zvládat s radostí a úspěšně.

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.balamina.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 9, leden 2015

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

Šéfredaktorka: PhDr. Eva Brixí-Šimková, e-mail: brixii@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 Rožničková

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

Placené textové materiály jsou označeny grafickým symbolem ■■■

www.madambusiness.cz

Šéfredaktor: Martin Šimek

Internetový marketing: Media Know, www.mediaknow.cz

Doporučujeme vám
kosmetickou poradnu GERnétic
na www.madambusiness.cz



Pomohly vám někdy moudré knihy o podnikání a manažerské práci?

Mgr. Hana Janišová
manažerka pro komunikaci
Asseco Solutions, a.s.

Nikoli, když jsem totiž kteroukoli z nich zkoušela číst, moc moudrá mi nepřišla a měla jsem hlavně dojem, že autorův honorář se odvíjí výhradně od rozsahu. Zato mi pomohly rady „na živo“ od některých chytrých lidí.



Přiučil jste se něčemu od žen v businessu?

Ing. Martin Šrámek
ředitel
CZ Golf

Při kontaktu se ženami je zřejmě třeba si ještě více uvědomit, že za úspěšný výsledek komunikace je zpravidla odpovědný ten, kdo se snaží něco sdělit. To souvisí s porozuměním druhé straně, s empatií. Porozumět druhému člověku vždy vyžaduje soustředění, trpělivost, vůli docílit zdárného výsledku, a mnohdy i větší starost o druhého než o sebe. Tedy myslet více na druhého, a ne jen „odbyt si to své“. Ženy toto mnohdy dokáží, a svou vytrvalostí a houževnatostí nás muže mohou naučit podobným schopnostem. Je jen na nás, zda se to od nich naučit chceme.



Informace do kabelky

HARIBO srdíčka jako valentýnská radost

Ať už je původ svátku zamilovaných jakýkoli, dnes je především připomenutím toho, že pokud jsme v poslední době zapomněli udělat svým milovaným radost, je nejvyšší čas to napravit. Lásku, něhu či náklonnost bychom měli projevovat nejlépe každý den, ale někdy zkrátka ve spěchu zapomeneme, co je nejdůležitější. Na obdarování malou pozorností však není nikdy pozdě. Společnost HARIBO přichází právě nyní na trh s želatinovými srdíčky s pěnovým cukrem HARIBO Liebesherzen.

„Svatý Valentýn patří již tradičně zamilovaným. Den, který oslavuje lásku zejména mezi partnery, slaví každý po svém a většina se obdarovává různými drobnostmi,“ potvrdil Rostislav Němec, jednatel společnosti HARIBO CZ s.r.o. „Želatinová srdíčka HARIBO Liebesherzen jsou ideální malou pozorností, kterou můžeme vyjádřit partnerskou radost a své city úplně jednoduše a prostě, ale s plnou parádou.“ Právě na svatého Valentýna 14. února také platí, že láska prochází žaludkem. (tz)





DuoVize nabízí pohled novýma očima

Zrak je naším nejdůležitějším smyslovým orgánem, který nám umožňuje orientovat se ve složitém světě. Asi nikoho nepřekvapí, že to je úkol stále obtížnější. Oči totiž stále víc namáháme a dopřáváme jim méně odpočinku, než by si zasloužily. Naštěstí se můžeme spolehnout na moderní prostředky, které v nouzi dokáží pomoci, přinést úlevu a navrátit oku původní zrakové schopnosti. Umí to specialisté na soukromé oční klinice DuoVize. Povídali jsme si o tom se spolumajitelkou kliniky, primářkou MUDr. Lucíí Valešovou.

Když bych se vás zeptal obecně, v jakém stavu mají Češi své oči a jak o ně pečují, co byste mi odpověděla?

Češi obecně jsou zodpovědní ke svému zdraví, a to se projevuje i v péči o oči. Lidé problémy neházejí za hlavu, a když je třeba, navštíví lékaře a dodržují předepsanou léčbu. Obecně je také trend najít si schopného lékaře, který má dobrou pověst a na pacientech a jejich zdraví mu záleží.

Ženy v exponovaných pozicích si často stěžují na únavu. Známé odborný termín „unavené oči“. Poradíte, jak si tak důležitý zrakový orgán chránit?

Únava očí, která někdy způsobuje opakované bolesti za očima a také bolesti hlavy, je nejčastěji způsobena únavou zaostrovacího očního svalu. Zejména se to projevuje odpoledne, večer a při zhoršených světelných podmínkách. Úlevu umožní správná brýlová korekce, kterou předepíše lékař, důležité je také současně vyšetřit oči, jestli příčinou není nějaká oční choroba.

Co dělat, když nás opakovaně bolí oči, hůře čteme nebo se pomocí zraku začínáme složitěji orientovat? Stačí spolehnout na osvědčené řešení, tedy na dioptrické brýle?

Brýle nejsou všelék. Brýle z drogerie vyřeší jen máloco a je zrádné používat jen toto jednoduché řešení. Bez vyšetření očním lékařem může být opominut závažný oční problém, který se brýlemi nevyléčí, a vyžaduje třeba operační řešení. Příkladem je šedý zákal. Při potížích je vždy dobré zajít k očnímu lékaři a nechat si oči řádně prozkoumat.

Pomáhají různé cviky a relaxace? Kdy byvají nejvhodnější?

Oční cviky patří do alternativní medicíny, to my nedoporučujeme (ani nezakazujeme). Při únavě očí často jako první pomoc kromě správných brýlí pomůže dobré osvětlení,

chvilka odpočinku a při pálení či pocitu suchosti pomohou umělé slzy, nejlépe chlazené z ledničky.

Vaše soukromá oční klinika DuoVize patří k tomu nejlepšímu v oboru. Komu je určena a s čím vším si dokáže poradit?

Naše klinika poslouží všem pacientům, kteří se rozhodli pro kvalitní péči. Staráme se o věkovou kategorii 0 až 100. Zajišťujeme i dětskou oční péči v našem dětském očním centru. U dospělých pacientů řešíme široké spektrum očních problémů od šedého i zeleného zákalu, přes sítnicové injekční terapie, po dioptrické vady. Novinkou je metoda Raindrop, která zbavuje pacienty ve věku 45+ brýlí do blízka. Jde o unikátní mikroimplantát do rohovky, který nahradí brýle do blízka. Pacienti jsou touto metodou nadšení a my, dovo-
lím si tvrdit, také.

rozhovor připravil Pavel Kačer



MUDr. Lucie Valešová



Fotografií

můžete vyjádřit cokoliv

V den, kdy odcházela data lednové Madam Business do tiskárny, se uskutečnila vernisáž k výstavě fotografií Jany Vaněčkové a Mirka Firmana ve Vzdělávacím centru InGarden v Praze Strašnicích. K vidění byly také snímky, jež autoři vybrali k ilustraci knihy *Hejno bílých vran*, aneb *Když opustíte děčák*, kterou v roce 2013 vydala Nadace T-SOFT ETERNITY a společnost yourchance s nakladatelstvím Maxdorf. Ale nejen tyhle obrázky vypovídaly o osobnostech s fotoaparátem v ruce. O Janě Vaněčkové vím, že fotky se staly kouskem jejího já a že by jim ráda věnovala svůj čas a energii i během příštího studia. Myslí to tedy vážně, a je plná odvahy, snů i zvědavosti:

Teprve příští rok budete maturovat, ale už předloni jste se etablovala mezi lidmi, jejichž srdce táhne k umění, knížkám, fotkám. Dvě vaše fotografie byly použity jako ilustrační v publikaci *Hejno bílých vran* a letos by vaše snímky měly vyzdobit další knihu...

Vážím si toho, že jsem se mohla podílet na tak unikátním projektu, jako je *Hejno bílých vran*. Letos bych měla fotit ilustrace k básnické sbírce. Z toho mám radost, protože je to pro mě svým způsobem výzva, nic podobného jsem nikdy nedělala. Taký jsem vděčná, že se mi za poměrně krátkou dobu naskytlo tolik příležitostí, rozhodně jsou to pro mě cenné zkušenosti.

Čím vás fotografie okouzila? Její výrazové prostředky se dnes berou spíš jako všední samozřejmost, fotky patří k životu. V mobilu má každý z nás estrádu měsíce. Zdaleka ne každý, kdo fotí, se umí ale dívat.

Fotografií můžete vyjádřit cokoliv. To, jak se cítíte, ale i to, jak na vás prostředí působí.

O čem přemýšlíte, co vás zaujalo. Neřekla bych, že mobilem se pořizují jen obyčejné fotky, se současnými technologiemi je možné vyfotit kvalitní fotografie i na mobily, spíš je to, jak říkáte, o tom, že někdo se umí dívat a vidí svým způsobem příběhy, které z míst vycházejí, a někteří sotva vidí to, co před nimi je. Každé místo se dá vyfotit tisíci způsoby, záleží jak a v jakém rozpoložení se na něj díváte.

Prý ráda pozorujete Prahu, hledáte právě ty příběhy. Je to tak?

Praha je má srdeční záležitost. Každá pražská čtvrt má v sobě něco nepopsatelného, něco, co cítíte a nějak to tam na vás působí. Já osobně

mám nejradši okolí Kampy. Kampa mi přijde jako městečko ve velkoměstě, kde jako by se zastavil čas. Pokaždé tam tak nějak zabloudím a do-

stanu se do zapadlých uliček, kde není ani noha, ale přesto mají úžasnou atmosféru. A tu se snažím ve fotkách zachytit. Pražané se navíc málokdy doopravdy koukají kolem sebe, a hlavně zapomínají, jak je Matka měst krásná.

Každé místo se dá vyfotit tisíci způsoby, záleží jak a v jakém rozpoložení se na něj díváte.

Málokdy zvednou hlavu a kochají se ulicemi, kterými procházejí, a nevšímají si zajímavých tváří, které minou.

Když se používala vývojka a ustalovač a člověk chodil na rande do temné fotokomory, mělo to svou magii. Jaká kouzla nabízí supertechniky a technologie, které převrací život lidem naruby?

Se současnými technologiemi se opravdu dá kouzlit dle libosti. Grafické editory například umožňují přetvořit vcelku obyčejnou fotku krajiny na surrealistickou. Z těch jednodušších mohu jmenovat úpravu jasu, kontrastu a tak podobně, což zní sice jako maličkosti, ale ve finále vám to může fotku zachránit. Já jsem ale v tomhle spíš zastáncem té staré školy, fotografie jako taková pro mě ztrácí kouzlo, když z ní pak v počítači můžeme udělat jinou. Tyto úpravy ráda přenechám grafikům a já zůstanu u klasické fotky. To magické je na tom právě to plánování, jak co nastavit, aby to vyšlo podle vašich představ.

Fotografování vede člověka k poetice, vytváří vlastní holčičí svět. Není vám v něm někdy smutno?

Naopak. Je to pro mě právě svět, kam utíkám, když mám špatnou náladu. Ten proces tvoření mě sám o sobě nabíjí energií, a když mi z toho

ještě vyjdou hezké fotky, tak je to takový příjemný bonus. Když se cítím opravdu mizerně, přenáším to do fotek a pak z toho vycházejí většinou černobílé depresivní fotografie, ale pro mě je to určitým způsobem terapie!

Zkušené praktici potvrdí, že nejtěžší je fotit lidi. Zachytit okamžik, aby neutekli, aby se neuklidnili, pokud zuří, aby nedoběhli, pokud utíkají. Slyšela jsem, že se chystáte s fotoaparátem za dětmi s downovým syndromem. To je pro tak mladé srdce těžký úkol, nemyslíte?

Já preferuji focení lidí v ulicích, protože mi to tam dává větší svobodu. Kolem prochází spousta zajímavých postav a vlastně o mně ani neví, což mi dává příležitost je fotit přesně v té chvíli, kdy chci. Nejsou znervózněni tím, že stojí před hledáčkem, což se často stává, když fotíte portréty. Ano, tento rok se chystám na fotografování dětí s Downovým syndromem. Nebude to určitě jednoduché, ale jsou to děti jako každé jiné a myslím si, že focení s dětmi



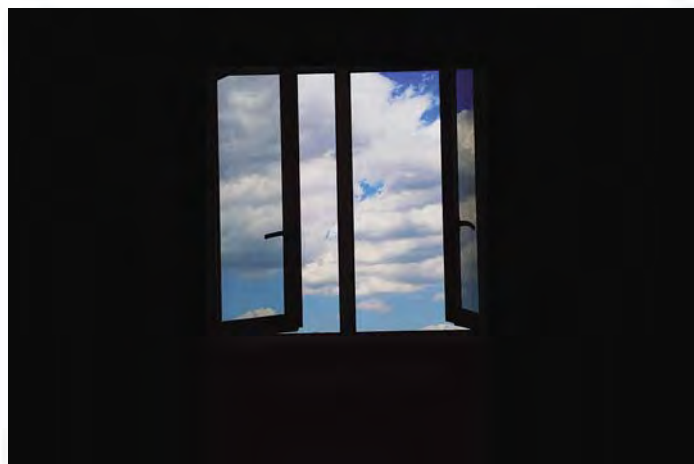
Jana Vaněčková

je vždy zajímavější než s dospělými. Dospělí uvažují o tom, jak by se měli tvářit, přemýšlejí, jestli jim to sluší a tak podobně. Zato děti jsou přímočaré, nepřemýšlejí o tom takhle. Takže já se na to těším.

Fotit kluky, kteří se vám líbí, by asi bylo veselejší, ne?

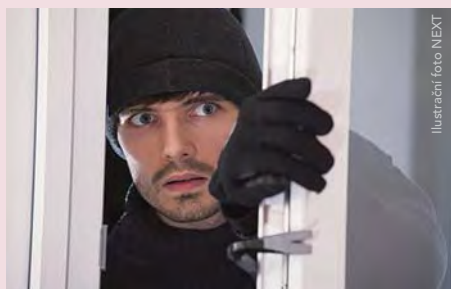
A kdo říká, že je nefotím?

ptala se Eva Brix



Češi za sebou lépe zamykají domy, ale jsou nevšimaví

Češi mají v zabezpečení svých bytů a domů velké rezervy. Vědí to, ale většina z nich toto podceňuje a neřeší. Největší procento lidí (67 %) podle studie Stát a občan v prevenci kriminality považuje zabezpečení svého majetku pouze za průměrné. Nejčastějšími bezpečnostními opatřeními k ochraně majetku jsou ale pouze důsledné zamykání hlavního vchodu do bytového domu či nevypouštění neznámých lidí do bytu.



Ilustrační foto NEXT

„Jedním z klíčových faktorů, který nahrává zlodějům, je vedle slabého zabezpečení bytu či domu nevšimavost vůči okolí a slabá sociální kontrola. To platí zejména ve městech,“ řekl Ivan Pavlíček, odborník na zabezpečení domácností ze společnosti NEXT. Počty vloupání jsou stále vysoké a v loňském roce policie zaznamenala dosud sečtené škody za více než 1,5 miliardy Kč po krádežích vloupáním. „Pro větší bezpečnost by lidé měli více sledovat dění kolem sebe, být v kontaktu se svými sousedy a být schopni jim v jejich nepřítomnosti pohlídat dům či byt. Ale zejména nespolehat na cizí pomoc a vzít zabezpečení svého majetku a zdraví do svých rukou,“ doporučil Ivan Pavlíček.

Až 67 % lidí z průzkumu ke studii Stát a občan v prevenci kriminality, kterou zpracoval Institut pro kriminologii a sociální prevenci, uvádí, že je jejich majetek zabezpečen průměrně. Za dobře zabezpečený jej považuje 22 % respondentů a 11 % si naopak myslí, že jejich byt či dům je zabezpečen podprůměrně. Velké ohrožení vykradením domu či bytu cítí čtvrtina dotázaných. „Je pravdou, že lidé zabezpečení svých domácností stále ještě podceňují. Každopádně hodně lidí se zajímá o moderní způsoby zajištění majetku, které jako jediné efektivně odolá novým metodám vloupání zloději,“ zdůraznil Ivan Pavlíček. K zásadně lepšímu pocitu pomůže pouze správné zabezpečení bytu. „Jestliže máte na běžných dveřích zámkové vložky starší více než deset let, je vysoce pravděpodobné, že dveře zloději neodolají. Nepomůže vám ani dílčí výměna vložky za kvalitnější. Prostě obecně stále platí, že zloději odolají pouze certifikované bezpečnostní dveře minimálně ve III. bezpečnostní třídě s vložkou a kováním minimálně ve stejné bezpečnostní třídě jako dveře samotné,“ doplnil Ivan Ivan Pavlíček.

(tz)

Hypotéka a rozvod: banku vaše vypořádání nezajímá

Hypotéka je často běh na dlouhou trať. V tom horším případě se dokonce může stát, že vydrží déle než manželství. A protože skoro polovina manželství končí rozvodem, nabízí se otázka, co si v takovou chvíli počít s hypotékou. Existuje mylný předpoklad, že v případě rozvodového vypořádání je z hypotéky automaticky vyvázán ten z manželů, který hypotéku nepřevzal. Pro banku však není rozvodové vypořádání nijak závazné. A může například muž s průměrnými příjmy finančně zvládnout výživné i novou rodinu s novou hypotékou?

S rozvodem často souvisí povinnost hradit výživné na dítě. Vezmeme-li v úvahu muže, který se rozvedl, platí výživné a má novou rodinu, banka mu v případě nové žádosti o hypotéku kromě paušálních nákladů na osoby v jeho stávající domácnosti samozřejmě započte k tíži i výživné. „Z hlediska bonity je na tom tedy hůř. Záleží nicméně na příjmech celé domácnosti. Pokud má nová partnerka dostatečné příjmy, získat novou hypotéku nemusí být problém. Pokud je ale doma s dítětem, situace je komplikovanější,“ uvedl Jan Kruntorád, předseda představenstva společnosti Gepard Finance. Jestliže je muž rozvedený a novou rodinu nemá, banky mu samozřejmě opět započtou placené výživné k tíži bonity. „V takovém případě je ale posuzován jako jednočlenná domácnost, což z pohledu paušálních nákladů na domácnost a na osoby žijící v domácnosti znamená, že se tyto náklady výrazně sníží,“ dodal Jan Kruntorád.

Jak s průměrným příjmem utáhnout novou rodinu a hypotéku?

Je pro živitele rodiny s průměrnými příjmy vůbec možné finančně zvládnout vý-

živné i novou rodinu s případnou novou hypotékou? Určitě ano. Muži s průměrným příjmem platícímu výživné na dítě z předchozího manželství tímto závazkem sice klesá bonita, ale jeho nová žena na mateřské dovolené může tento výpadek příjmů kompenzovat třeba peněžitým příspěvkem v mateřství a následně rodičovským příspěvkem. „Z pohledu banky tak rodina může nakonec mít celkem slušnou bonitu. Získat hypotéku přibližně kolem 1,7 milionu korun by tak pro ni mohlo být reálné. Splátka bude kolem 7000 korun, takže na provoz domácnosti zbude poměrně rozumná částka,“ nastínil Jan Kruntorád. „Pokud se k tomu však ještě přidá nevypořádaná hypotéka z předchozího svazku, pak je situace mnohem komplikovanější,“ dodal Jan Kruntorád s tím, že s průměrnými příjmy, stávající hypotékou, výživným a novou rodinou se dá jen velmi těžko pomýšlet na novou hypotéku alespoň do doby, než se vypořádá původní závazek.

Banka vás nemusí z hypotéky vyvázat, i když partner hypotéku převezme

Když se manželé rozvádí, probíhá vypořádání majetku a závazků. Pokud mají například byt financovaný společnou hypotékou, tak se zpravidla dohodnou, že jeden z nich si nechá byt, a tedy i hypotéku, a s druhým se nějak vyrovná. Dohodne se to většinou u soudu v podmínkách vzájemného vypořádání. „Zde se však často objevuje jeden zásadní omyl. Klienti banky se domnívají, že když si jeden z nich nechá byt a převezme hypotéku, tak ten druhý automaticky už žádný závazek nemá. To je ale nesmysl,“ varoval Jan Kruntorád. Banka totiž musí spoludlužníka nejdříve z úvěru vyvázat, což udělá pouze tehdy, když druhý z manželů doloží, že má bonitu dostatečnou pro splácení úvěru. „Pokud nebude jeden z manželů schopen doložit

dostatečnou bonitu, tak banka druhého z manželů z úvěru nevyváže. I když je tedy dohoda o vypořádání majetku soudem posuzovaná, včetně toho, že jeden z nich převezme úvěr, nemá to ve vztahu k bance žádnou váhu. Banka tím není nijak vázána a nutno dodat, že tak je to správně,“ upozornil Jan Kruntorád.

(tz)



Foto Shutterstock

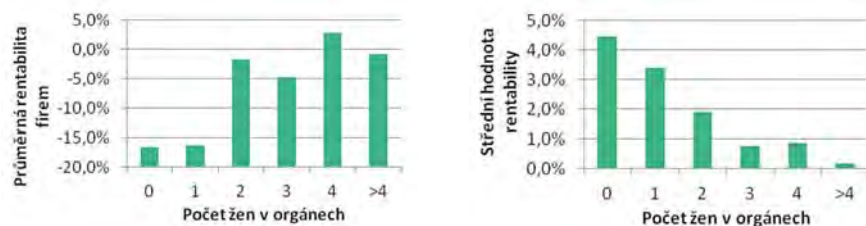
Ženy v businessu fungují jako pojistka proti ztrátě

Přítomnost žen v představenstvech a dozorčích radách českých akciových společností má jednoznačně pozitivní vliv na jejich stabilitu. Současně představují nižší riziko výrazného neúspěchu v podnikání. Takový je závěr studie poradenské společnosti Bisnode, která analyzovala české akciové společnosti z pohledu rentability vlastního kapitálu (ROE).

Poradenská společnost Bisnode provedla analýzu vlivu žen v představenstvech a dozorčích radách akciových společností na hospodářské výsledky firem na základě ukazatele rentability vlastního kapitálu (ROE). Hodnotila všechny české akciové společnosti, které mají kladný vlastní kapitál a současně celkem alespoň pět členů představenstva a dozorčí rady, což představuje téměř pětinu všech akciových společností v ČR (celkem 4722).

„Přítomnost žen v představenstvech a dozorčích radách českých akciových společností má jednoznačně pozitivní vliv na jejich stabilitu. Současně představují nižší riziko výrazného neúspěchu v podnikání,“ zhodnotil hlavní závěry studie analytik Bisnode, Milan Petrák.

Vliv žen v představenstvu a dozorčí radě na hospodářské výsledky českých akciových společností



Poznámka: Rentabilita vlastního kapitálu (Return on Equity, resp. ROE) je ukazatel výnosnosti nebo efektivnosti hospodaření a vypočítá se jako poměr čistého zisku k vlastním investovanému kapitálu. Uvádí se v procentech.
Zdroj: databáze a výpočty Bisnode

Ukázalo se, že průměrná rentabilita vlastního kapitálu (ROE) firem, které mají v představenstvu a dozorčí radě ženy, je lepší než ve firmách, kde figurují výhradně muži. Přesto pro většinu firem platí, že když se počet žen v představenstvu a dozorčí radě zvýší, jejich výsledky, měřené střední hodnotou ROE, se zhorší. Na druhou stranu malá část ryze mužských firem dosahuje špatných výsledků a jejich ztráty jsou tak vysoké, že celkově převládá kladný výsledek mužských firem, kterým se daří. „To je zřejmě důsledkem faktu, že muži

jsou k riskování náchylnější než ženy,“ dodal Milan Petrák s tím, že většině firem přinese větší riziko o trochu větší zisk, nicméně zbylá část firem kvůli riskování prodělá tolik, že celkový průměr mužských firem je horší než firem smíšených. Lze tedy říci, že přítomnost žen v představenstvech a dozorčích radách akciových společností funguje jako pojistka proti výrazným ztrátám. Tato pojistka sice stojí část zisku, ale dlouhodobě se vyplácí. Kladný výsledek na celkovou rentabilitu firem byl zjištěn i pro přítomnost žen v managementu. (tz)

Stres a podnikání – odhalte vysoký krevní tlak včas

Do roku 2030 přijde Evropská unie vinou kardiovaskulárních onemocnění až o 72 milionů obyvatel. Přitom podle některých odborných názorů lze již dnes až 80 procentům takto zapříčiněných předčasných úmrtí předejít pomocí správné prevence. Její součástí je i důsledné měření krevního tlaku.

Zprávu s nepříliš povzbudivými závěry vypracovali experti z organizace European Heart Network, z Evropské kardiologické společnosti a britské výzkumné skupiny Heart Foundation Health Promotion Research Group. Zpráva vidí hlavního viníka v nezdravém životním stylu Evropanů. Cigarety, nevhodný jídelníček, málo pohybu, stres – to jsou některé z nejrozšířenějších nešvarů, které stojí za vznikem vysokého tlaku, a tím i kardiovaskulárních onemocnění. Přitom valné většině z nich lze předcházet pomocí vhodné prevence, která by krevní tlak dlouhodobě vrátila na životně bezpečné hodnoty. Kromě vhodné úpravy životního stylu jde i o pravidelné měření tlaku.

Vysoký krevní tlak se nemusí projevovat výraznějšími příznaky. Lidé, kteří jím trpí, to často ani netuší (proto se mu mezi lékaři někdy přezdívá tichý zabiják). Z těchto důvodů je potřeba nechat si krevní tlak pravidelně měřit například u praktického lékaře, případně doma pomocí osobního tlakoměru. Ty jsou stále populárnější, a navíc umožňují měřit tlak v klidu domácího

prostředí. To mimo jiné přispívá i k přesněji naměřeným hodnotám.

„Na výsledek měření krevního tlaku působí celá řada faktorů, například přešlá fyzická námaha či duševní rozpoložení ovlivněné třeba tzv. syndromem bílého pláště. V případě domácích tlakoměrů tak lze mít okolnosti měření více pod kontrolou. Ideální je měřit tlak ráno a večer, přičemž nejlepší informační hodnotu pro lékaře budou mít dvě průměrné týdenní hodnoty – za ranní i večerní měření,“ vysvětlila Markéta Pilná ze společnosti HARTMANN – RICO.

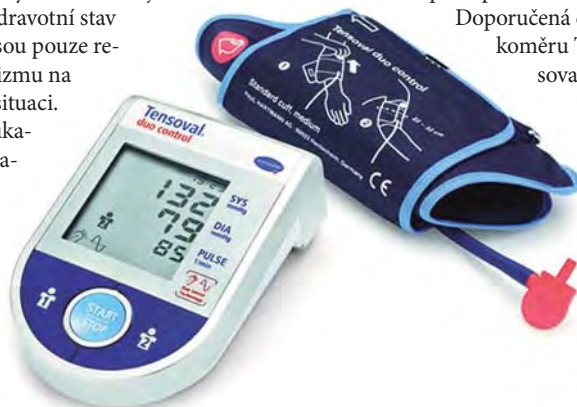
Syndrom bílého pláště je jev, ke kterému dochází u pacientů, kteří mají strach z lékařského prostředí. Ve chvíli, kdy překročí práh ordinace, začnou pociťovat úzkost, obavy a nejistotu, které nedokáží vědomě ovlivnit. Tento stav je provázen zrychleným tepem, zvýšením krevního tlaku, někdy i pocením. Lékař jim proto vždy naměří vysoké hodnoty krevního tlaku.

Tyto hodnoty ale neodrážejí skutečný zdravotní stav pacienta, jsou pouze reakcí organismu na stresovou situaci. Statistiky ukazují, že se takový stav vyskytuje až u třetiny nemoc-

ných, u kterých byl napoprvé naměřen vyšší krevní tlak. Lékař by měl proto stanovit diagnózu vysokého krevního tlaku až po třech měřeních, kdy dvě ze tří měření přesahují normální hodnoty. U pacientů trpících syndromem bílého pláště je vhodné přeměřit hodnoty v klidném prostředí domova. K tomu může spolehlivě posloužit tlakoměr Tensoval duo control od společnosti HARTMANN-RICO. Nová generace tlakoměru je vybavená výstupem přes USB port, který umožňuje připojení na počítač a novou webovou aplikaci Tensoval cardio control online. Aplikace slouží k pohodlnému přenosu naměřených výsledků z tlakoměru na portál, kde z nich vytváří grafické přehledy. Hodnotí osobní data, vede historii měření a výslednou sestavu umožňuje vytisknout pro potřeby lékaře. Lékař tak místo občasných měření v ordinaci získává hodnotné informace, které mu pomohou nastavit optimalizaci individuální léčby a předepsat vhodné léky.

Doporučená cena dárkového balení tlakoměru Tensoval duo control s Tensoval cardio control online (USB kabel s webovou aplikací) a dvěma man-

žetami je 2859 Kč a je k dostání v lékárnách a prodejnách zdravotnických potřeb. (tz)





Dr. Světlá Prokešová

Od koketérie k přátelství s jógou

Dr. Světlou Prokešovou a její kurzy jógy už čtenářky Madam Business mohly poznat. Co se však skrývá za cvičenými ásánami, pružností těla a klidem mysli za příběh? Na to jsme chtěli najít odpověď, a proto položili Světle Prokešové několik otázek.

Jste lektorkou a také propagátorkou jógy. Co pro vás tato prastará technika znamená?

Před více než 25 lety jsem v Olomouci přišla do tělocvičny, kde rozvázný, vysoký a štíhlý muž dával lekci z „válení“. Tomu jsme se později s Jožkou Tilichem, jedním z úžasných propagátorů jógy v osmdesátých letech, smáli, když jsem mu vyprávěla o mých prvních dojmech ze cvičení. Jenže, ať jsem chtěla, nebo ne, něco ve mně zůstalo a na „povaľovací“ lekce jsem chodila dál. Postupně jsem si začala kupovat literaturu a vypadalo to, že s jógou budeme dobří kamarádi. Začala jsem pravidelně učit, udělala si kurz, jenže můj život udělal několik kotrmelců

a já se octla sama v Praze. Postupně jsem našla přátele a začala oprašovat staré zvyky a také jógu. Nezdráhala jsem se cvičit, účastnila se několika workshopů. Přihlásila jsem se do České akademie jógy a osvěžila a osvojila vědomosti a dovednosti nutné k tomu, aby se naše celoživotní partnerství s jógou konečně dostalo z roviny koketérie do roviny dobrého přátelství. Jóga takovým přítelem být umí. Jsem skeptická k okultním sférám života, ale překvapil mě vývoj mých duševních schopností, které jsem získala díky praktikování jógy.

Čím může být jóga prospěšná dnešním lidem? Dokáže nabídnout to, co jim nejvíc chybí – otevřít další životní rozměr, poskytnout pevný bod v neustále se měnícím životě, prostředek k pevnému zdraví a duševní vyrovnanosti?

Hezky jste to řekl, pane redaktore,

opravdu tím vším. Jóga je tělesná i spirituální disciplína, která není určená jen pro úzký okruh esoterických zasvěcenců. Její praktikování od člověka nevyžaduje, aby se odebral na nějaké odloučené místo v horách a stal se poustevníkem. Jóga je pro obyčejné lidi, kteří vedou obyčejný každodenní život bez ohledu na třídní příslušnost, věk, náboženství či národnost. Cílem jógy je prostřednictvím zdravého těla, mysli a citu poznat sebe samého. Zdravé tělo je podle jógových učení nezbytné pro úspěšný duševní a spirituální vývoj. Není důležité, co si pod tím člověk představuje, ale zda dokáže tento velmi důkladně promyšlený

systém tělesných a dechových cvičení využívat ke svému prospěchu.

Komu je jóga určena především a kdo patří k vašim typickým klientům?

Jóga je pro všechny, jak už jsem uvedla, omezení se týkají jen tělesného zdraví, ale i tam může hodně

Postupně jsem si uvědomila, že existuje hodně lidí jako já, mají málo času, potřebují si uvolnit mysl a tělo udržet ve funkčním stavu. A ne vždy jim vyhovuje standardizovaná hodina v různých studiích nebo centrech, protože zrovna dnes by potřebovali něco jiného. Nabídla jsem proto individuální a soukromé hodiny právě pro podobnou skupinu lidí.

pomoci. Navíc dnes se nabízí tolik směrů, že si každý může vybrat, co mu nejlépe vyhovuje. Kdo chce, po sokolsku řečeno „tužit tělo“, začne nejspíš chodit na lekce bikram jógy nebo aštangy, jiný se chce dát celkově do pořádku a vyhovuje mu hatha jóga, jiný chce relaxovat nebo meditovat. Pozoruhodné však je, že ať začne z jakéhokoli konce, efekt se vždy dostaví. A nejde jen o tělo, ale i o duši. Někteří chtějí zajít ještě dál a probudit tajemnou hadí sílu, případně dojít ke konečnému osvobození v samádhi, a i ti, když hledají, najdou.

Typický klient, to je něco jako průměrný člověk. Zkusím tedy shrnout, ale musím začít od sebe. Jóga mi v dobách, kdy jsem pracovala jako tisková mluvčí nebo v manažerských pozicích, vždy pomáhala udržet si aspoň trochu kondici a poklidnou mysl. Rozhodnutí začít se jí věnovat i profesně nebylo ze dne na den. Postupně jsem si uvědomila, že existuje hodně lidí jako já, mají málo času, potřebují si uvolnit mysl a tělo udržet ve funkčním stavu. A ne vždy jim vyhovuje standardizovaná hodina v různých studiích nebo centrech, protože zrovna dnes by potřebovali něco jiného. Nabídla jsem proto individuální a soukromé hodiny právě pro podobnou skupinu lidí. K ní se posléze přidávali další.

Jak může jóga pomoci vytiženým podnikatelkám a manažerkám?

Je toho hodně, co může pravidelné praktikování přinést. Především pomáhá proti stresu, jemuž jsou osobnosti ve vrcholovém businessu neustále podrobeny.

Všeobecná doporučení při únavě a stresu jsou: odpočiňte si, uvolněte se, relaxujte. Ale jak na to? Chodíme do lázní, na masáže, bereme léky... jako by nás měl uvolnit někdo

jiný nebo něco jiného, jen ne my sami. Jóga – relaxace, to je vědomý stav uvolnění těla a mysli. Jóga právě tyto stavy kontroluje, a tím se odlišuje především od léčení chemickými přípravky nebo od hypnózy, kde je kontrola mysli vyloučena.

Fyzické aktivity, jako jsou v józe ásány, krije nebo mudry, zase skvělým způsobem uvolňují tělesné napětí. Pravidelným cvičením protahují zkrácené svaly a ztuhlé klouby. Součástí jógové praxe jsou rovněž dechová cvičení – pránájáma. Pomáhá při únavě přes den, stačí chvilku „zhluboka dýchat“ a únava zmizí.

Stejně je to i s psychickou únavou. Za dveřmi na nás nečekají vlci, to jen my si do vlastní mysli vnášíme úzkosti, strachy a emoce. Řešíme problémy, které již problémy nejsou nebo se nás netýkají, stále přemýšlíme nad tím, co by bylo kdyby. A tím naši mysl neustále zásobujeme napětím. To můžeme odstranit jen jedním způsobem. Buď utratíme jmění u psychologa, nebo se začneme zabývat zdrojem těchto problémů. A tím jsme my sami. Pomoci si totiž můžeme my sami. Volně bych parafrázovala slova Dalajlámy:

Problémy, které mají řešení, se vyřeší samy. Problémy, které řešení nemají, nemá smysl se zabývat.

Dají se přínosy jógových cvičení a meditací měřit? Ptám se proto, že mnoho čtenářů věří jen tomu, co si mohou osahat, exaktně vyhodnotit.

Dají se měřit, nicméně odpověď na tuto otázku by zabrala několik čísel časopisu



Jóga se stala součástí mého života a díky ní mohu být užitečná ostatním, zprostředkuje mi setkávání s úžasnými lidmi, neotravují mě protivní šéfové.

a vydala na silnou knihu, která už ostatně byla napsána. Pokud by někdo měl zájem dozvědět se víc o vědeckých

výzkumech jógy, o tom, jak se dá měřit, co je a není pravda na nejrůznějších tvrzeních, které propagují nové „styly“ jógy, pak bych mu doporučila knihu Williama J. Broada Jóga, fakta a mýty.

Jóga je sice pro každého, ale získat pro ni neznalé, materialisticky zaměřené osoby nemusí být snadné. Jak je nejlépe oslovit, přitáhnout a udržet jejich zájem?

Velmi často i ti, kteří jsou exaktně zaměřeni, bývají překvapeni účinky jógových cvičení a na lekce se s chutí vrací. Říkají „dělá mi to dobře“. Pocit vnitřního klidu, slasti a štěstí se měřit nedá, ale dokáže přesvědčit i „nevěřící Tomáše“.

Čím vám jóga udělala největší radost a jaké přání byste si chtěla splnit?

Člověk by měl dobře zvažovat svá přání, co kdyby se mu splnila, že? Jóga se stala součástí mého života a díky ní mohu být užitečná ostatním, zprostředkuje mi setkávání s úžasnými lidmi, neotravují mě protivní šéfové. Jsem nesmírně šťastná, že je vše, jak je. Jóga mě naučila přijímat věci a lidi takové, jací jsou. A nakonec mě vždycky něčím překvapí a já s pokorou přijmu, co ke mně přichází. Právě nedávno se ke mně dostal krásný nápad, má-li to být, tak vyjde...

i nadále zdravé tělo a klidnou mysl popřál
Pavel Kačer ■■■
foto Roman Dvořák
www.jogastars.cz



Výlet do kvality

Nedávná návštěva jedné z výroben Kosteckých uzenin v Mostě v sobě skrývala mnoho překvapení. Tak třeba – nikdy bych netušila, že v potravinářském provozu bude tak sterilně čisto; zkušenosti z dob dávných jsou různé a historky kolující internetovým světem vás přesvědčí o všem, jen ne o pravdě. Také jsem netušila, jak chutná párek vyjmutý právě z udírny, a musím potvrdit, že výtečně. Zdejších manažerů jsem se ptala, jestli si schůzky dávají v cukrárně, protože jak známo, každý obor má své a uzenáři milují buchty a pekaři dobrou šunku. Řekli mi, že je to docela prima nápad a že o tom budou uvažovat. Což mne potěšilo a dodalo mi sebevědomí a posílilo pocit vlastní užitečnosti.

Už vůbec jsem nepředpokládala, že se seznámím s Libuší Holovskou, která zdejší výrobu vede a jejíž portrét najdete na řadě výrobků, které právě odsud, z Mostu, putují na váš talíř. Ano, správně – takřka jít tady personifikovali výrobu jako důkaz toho, že si osobně ručí za kvalitu, kterou prodávají nám, zmlsaným zákazníkům.

Libuše Holovská je nejen televizní hvězdou zpívajícího ženského sboru Kosteckých uzenin, již znáte z reklamy, ale také nadmíru přísnou šéfkou, které není radno odmítovat. Poctivé kostecké párky, které byly na trh uvedeny loni na podzim, tady vznikají pod její taktovkou. Je to ona, která garantuje, že obsahují 90 procent masa. A také že si drží stálou kvalitu, z níž se nesleví.

Ostatně potravinářství je jejím životním osudem. Když dokončila Střední průmyslovou školu potravinářské technologie, pracovala dvacet let v mosteckém pivovaru. Na pozicích vedoucí laboratoře, technologa a manažerky výroby zde bděla nad produkcí legendárních pivních značek jako Radegast či Staromost. Jenže – nic netrvá věčně, a tak se v roce 1999 stala součástí týmu uzenářského závodu, který od roku 2013 spadá pod Kostecké uzeniny a.s. Od práce v laboratoři postoupila na post vedoucí balení a expedice a nyní v roli šéfky výroby vlastně zodpovídá za veškeré produkty, které opustí brány mosteckého podniku.

To, že pronikla do ryze mužských oborů, po pivovarnictví se dala na řezničinu, a opět dosahuje skvělých výsledků, je pro mnohé skoro nepochopitelné. Že vše zvládá s přehledem, je patrně dáno její odolností vůči stresu, jak sama říká. Umí se také přizpůsobit novým podmínkám a nebojí se komunikovat o všem, o čem je přesvědčena, že je potřeba vyřídit. Na vše má svůj racionální názor a nikdo ji neopije rohlíkem. O párcích toho ví hodně, vyprávět o nich dokáže nadšeně, rozverně, ale především se zaujetím. Je prostě jednička. I ona mne přivedla na stopu...

Jak to tedy vlastně s párky na českém trhu je?

Každý z nás si párek ochutnal, každý z nás si ho čas od času s chutí dá. Párek je jednou z nejběžnějších, ale i nejoblíbenějších pochutin nejen v české gastronomii. Nejvýraznějším nositelem české párkové tradice je společnost Kostecké uzeniny a.s., kde mají s výrobou takřka stoletou zkušenost. „Párky s obsahem masa nad 90 % byly v Česku po léta prakticky raritou. Vzali jsme to jako výzvu a rozhodli jsme se dostat s našimi párky na maximální obsah masa. Připravili jsme deset různých variant a pomocí „slepých“ testů jsme vybrali nejlepší výrobky,“ vysvětlil Jan Hanuš, generální ředitel společnosti Kostecké uzeniny a.s. „Na regálech obchodů tak dnes najdete již čtyři druhy našich párků špičkové kvality: Poc-



i historie párků



Kostecké řeznice, známé televizní hvězdy, vše s Libuší Holovskou

ktiv Vídeňský párek, Poctivý Debrecínský párek, Poctivý Vídeňský párek pro děti a Poctivý párek s goudou," dodal.

Hlavní důraz při výrobě Poctivých párků je kladený na zmíněný vysoký obsah masa, svědomité zpracování mistry řezníky a čerstvost. Celá produktová řada je na první pohled snadno rozpoznatelná díky exkluzivním obalům s transparentním značením, které uvádí viditelně na přední straně podíl masa a řezníka či řeznici ručičkou za kvalitu daného produktu.

„Naše poctivé párky obsahují skutečně deklarovaných 90 % kvalitního vepřového, sůl, koření a pouze nejnужnější ingredience nutné pro konzistenci a trvanlivost. Samozřejmostí jsou také přírodní střívká,“ upřesnila Libuše Holová, když nás oblékala do speciálního oděvu a vedla do výroby. Co řekla, to jsme viděli. A okusili.

Kde se ale párky vůbec vlastně vzaly? Historie párků se traduje až do doby starých Římanů, kteří je znali pod názvy incisia a tomacina. Jejich výrobu „přivezli“ římsí legionáři do Německa, které se později stalo kořenkou moderní podoby párku. Kronikář města Frankfurt nad Mohanem Achilles August Lersner (1662–1732) datuje první prodej párků ve městě do roku 1487 – centrem obchodu byly řeznické uličky

mezi katedrálou a radnicí. V roce 1562 se tyto frankfurtské párky dokonce staly součástí oficiálního menu na hostině u příležitosti korunovace císaře Maxmiliána II.

Podle prvního dochovaného receptu z roku 1749 používali frankfurtské řezníci k výrobě párků libové maso z boků, tzv. brato – odtud pochází také německý výraz pro párek Bratwürst. Maso se ručně co nejjemněji nasekalo, zamíchalo s kořením a solí a naplnilo do vepřových nebo hovězích tenkých střívků.

Z Německa expandovala výroba párků dále do světa: například u zrodu vřehlasného Wiener Würstl, neboli vídeňského párku, stál rakouský řezník Johan Georg Lahner, který se po vyučení ve Frankfurtu vrátil i s receptem na párky do Vídně a v roce 1804 si zde založil vlastní výrobu.

Ke konci 19. století odešlo několik řezníků z Frankfurtu do Neu-Isenburg, kde v roce 1860 založili první velkou továrnu na frankfurtské párky – zdejší komplex tří závodů vyráběl až 120 000 párků denně. Průmyslová produkce umožnila využití sekacíh a mēlnicích strojů, které dodaly párkům jemnou strukturu. Solená ovčí střívka na párky se dokonce dovážela až z daleké Persie a Afghánistánu.

Výroba však byla limitovaná na chladné období roku, proto se párky prodávaly jen od října do března. Průlom nastal až díky objevu nakládání párků do slaných láků. Párky se rázem staly exportním hitem a v roce 1893 získaly nejvyšší ocenění na světové výstavě v Chicagu a pak další ceny v Paříži, San Francisku, Drážďanech a Berlíně.

Do českých zemí se párky rozšířily na počátku 20. století z Vídně, proto u nás zdomácněl především název párků vídeňských. Novinka se rychle stala široce oblíbenou pochoutkou. Produkci tuzemských párků se proslavily především uzenářské firmy Františka Satrapy ve Studené a v Kostecku. Obě výroby kvalitních párků se pod značkou Kostecké uzeniny zachovaly dodnes.

Kdo by neznal proslavený americký Hod dog! Avšak málokdo už dnes ví, že mezi americké speciality se párek zařadil v první polovině 20. století díky přistěhovalcům z Německa. Američanům připadal typický prohnutý tvar párku komický a začali mu přezdívat Dachshund sausage – párek ve tvaru jezevčíka. Odtud byl už jen krůček k dnešnímu spojení Hot dog.

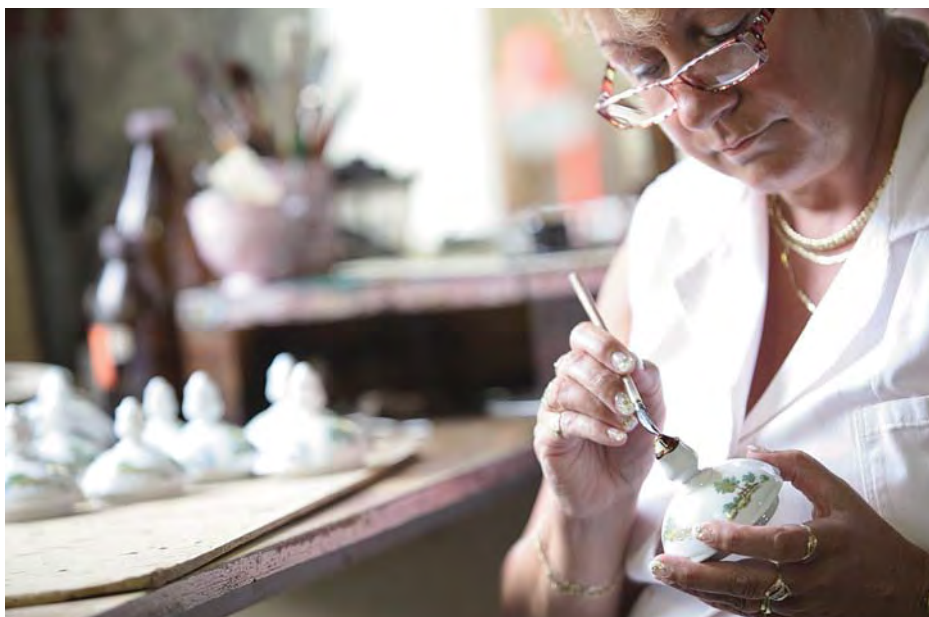
A jak párek zdomácněl v dalších zemích? V Anglii je například velmi populární tzv. Corn dog – párek obalený v těstíčku z kukuřičné mouky a opečený na špejli. V Brazílii nejdete zase párek nejčastěji ve velké bulce, obložený skoro čímkoliv.

z informací čerpala Eva Brixl



Síla v originalitě a návrat k tradici

Rádi se obklopujeme pěknými věcmi. Supermoderní technologie oblékáme hojně do šedé, kovové či jinak nevýrazných tónů, tvary bývají jednoduché, a tak nějak nám navzájem splývají. Tím více toužíme mít v kanceláři hrneček po babičce, starobylý, byť maličko otlučený džbán na kytky, anebo třeba značkovou skleněnou mísu na ovoce. Život je plný protikladů, a mezi strohým nábytkem pracovny vynikne malovaný šálek na čaj stejně jako dózička na čokoládové pralinky – prohřejí naši duši a zpříjemní náladu jako mávnutím kouzelného proutku.



Porcelán s historií patří k našemu interiéru odnepaměti. Výroba porcelánu v České republice má dlouhou tradici a dobré jméno u nás i za hranicemi. Tuzemští producenti však musí v rámci zajištění konkurenceschopnosti přicházet neustále s inovacemi. Česká porcelánka Rudolf Kämpf letos vsadila na zvýšení podílu ruční malby.

Ještě před rokem 1985 působilo v Čechách více než 20 porcelánek. Postupně se však jejich počet snižoval, nejvýznamněji tuto situaci ovlivnila privatizace v 90. letech a pak nástup levného porcelánu z Číny v letech 2005–2006. Dnes, třicet let poté, funguje už pouze sedm českých podniků a cesta ke konkurenceschopnosti vede různými strategiemi.

V současnosti se více než 70 % domácích porcelánek specializuje na produkci dekorativního porcelánu. Řadí se mezi ně také Rudolf Kämpf, český podnik s více než stoletou tradicí, který se rozhodl pro zachování ruční výroby. Hlavní motto společnosti Rudolf Kämpf zní: Co výrobek, to originál.

„Našimi významnými konkurenty jsou němec-

ké porcelánky, které se snaží výrazně vstupovat na český trh. Při výrobě se orientují zejména na kvalitu, podíl ruční práce mají opravdu vysoký a neustále jej zvedají. Jde o trend, kterým se inspirováme také, a nejen v případě produktů pro český trh, ale také v rámci výroby určené do zahraničí“, vysvětlil marketingový ředitel porcelánky Rudolf Kämpf Michael Belov. Největším zahraničním odbytištěm je Rusko následované Kazachstánem.

Porcelánka Rudolf Kämpf si na ryze ruční výrobě velmi zakládá. Proto například jeden talíř projde více než patnácti páry lidských rukou před tím, než dorazí na stůl samotného zákazníka. „Ruční kresba v současnosti pokrývá zhruba 10–12 % našeho sortimentu. Její podíl plánujeme během roku 2015 zvýšit až na 35 %“, vysvětlil Petr Kovylín, generální ředitel porcelánky Rudolf Kämpf.

V rámci dalších plánovaných novinek se Rudolf Kämpf zaměřuje primárně na kvalitativní inovace. Soustředí se například na zlepšení ergonomických vlastností stávajících výrobků, rozšíření sortimentu nejoblíbenějších dekorů

a přípravu několika nových vzorů s ohledem na moderní trendy. Bonusem v rámci novinek je již tradiční vývoj a výroba symbolu čínského horoskopu, tentokrát pro rok 2016. (rix, tz)

Rudolf Kämpf svou společnost založil roku 1907 v Loučkách na Karlovarsku. Výrobky se již tehdy vyznačovaly vysokou kvalitou, zejména díky použitým surovinám, výrobním technologiím a způsobu zpracování. Od roku 1918 porcelánka exportovala zhruba 85 % vyráběného zboží, od roku 1992 se pak stala jedním z nejvýznamnějších hráčů na světovém trhu dekorativního porcelánu. V roce 2008 byla dokončena kompletní technologická modernizace a Rudolf Kämpf se stal nejlépe vybaveným podnikem svého druhu v celé České republice. V současnosti společnost produkuje prémiové výrobky značky Rudolf Kämpf a porcelán Leander pro širokou veřejnost.



Žádané jsou flexi úvazky, ale...

Více než 59 % žen má zájem o flexibilní formu zaměstnání, tedy zkrácené úvazky, práci z domova či sdílenou práci. Mají zájem zejména o pozice v administrativě, ve státním sektoru, obchodu, marketingu a personalistice a jsou ochotny za práci dojíždět. Nejčastěji hledají práci středoškolačky ve věku 30 až 45 let. Vyplývá to z průzkumu, který loni v létě realizoval expertní pracovní portál pracezeny.cz mezi téměř deseti tisíci uchazečkami o práci.

„Demografická data žen hledajících práci na českém pracovním trhu existují. Přesto se jejich neutěšená situace stále neřeší dost intenzivně,“ uvedla Petra Janíčková, zakladatelka portálu pracezeny.cz a prezidentka Business Leaders Fora. „Oslovili jsme téměř 10 000 žen hledajících práci na portálu pracezeny.cz a překvapení jsme nebyli. Téměř 69 % respondentek potřebuje flexibilitu úvazek, který by jim umožnil sladit práci a rodinu. Největší bariérou návratu do práce je nedostatečná podpora rodiny a zaměstnavatele,“ dodala. Expertní tým portálu pracezeny.cz srovnal získané údaje s rakouským

pracovním trhem, kde počet flexibilních úvazků v posledních deseti letech trvale roste. Počet otců na rodičovské dovolené v Rakousku se během poslední dekády zčtyřnásobil a představuje 8 %, zatímco v ČR se jejich počet stále pohybuje kolem 1 %. Rozdíl mezi trhy také spočívá v nárůstu platu, který po návratu z rodičovské dovolené zaznamenali otcové v Rakousku. „Achillova pata českého pracovního trhu je v nedostatečném počtu flexibilních pracovních míst a v nedostatečném právním a daňovém systému, který by napomáhal vyšší zaměstnanosti znevýhodněných skupin, tedy žen s dětmi do 6 let a starších lidí nad 50 let,“ shrnula Petra Janíčková. Z průzkumu dále vyplynulo, že 63 % žen je ochotných za práci dojíždět do 20 km, vzdálenost 50 km není překážkou pro 20 % žen. Celkem 53 % respondentek je sice zaměstnaných, ale chtějí buď změnit zaměstnavatele, nebo si zajistit vyšší příjem. Ochotu pracovat vyjádřilo také 40 % žen s malými dětmi na tříleté rodičovské dovolené, potýkají se však s neexistencí flexi úvazků a nezájmem zaměstnavatele vzít je zpět do práce. Stejně překážky řeší rovněž 25 % žen s dětmi do 6 let, které navíc trápí ne-



dostatek státních předškolních zařízení a nízká podpora rodiny při návratu do zaměstnání. Unikátní pracovní portál pracezeny.cz podporují moderní společnosti, které pomáhají rodinám sladit soukromý a pracovní život. Generálními partnery a partnery portálu jsou Bernard, Česká spořitelna, Česká pošta, ČSOB, Donath Business & Media, dm drogerie, Nadace ČEZ, GE Money Bank, GSK, HR Bright, ING pojišťovna, Kaufland, KB, Leaseplan, Linet, Marks and Spencer, Student Agency, T-Mobile, Vodafone a další. (tz)

Touží po stříbrné krásce Škoda Fabia

Mezi zákazníky Auto ESA bylo vloni 1889 žen. Z ojetých vozů nakupovaly nejčastěji stříbrnou ŠKODU Fabia s manuální převodovkou. Na „vysněný“ vůz byly ochotny čekat až několik týdnů.

Podle interního průzkumu společnosti Auto ESA si uvedené auto loni vybralo přes 176 zákaznic. Na druhém místě skončila Škoda Octavia II, po níž zatoužilo 129 žen a třetí příčku v hledáčku něžného pokolení zaujal Ford Focus.

Ten si oblíbilo 116 řidiček. Z barev byla nejžádanější stříbrná metalíza, následována pastelovou bílou a pastelovou červenou barvou. Ačkoliv už i mezi české řidičky pronikly výhody automatického řazení, vůz s automatem chtělo pouze 10 % žen. Naopak plných 90 % žen žádalo vůz s parkovacími senzory. „Není to rozhodně proto, že by ženy byly horší řidičky, jak se velká část společnosti domnívá,“ upřesnil Filip Kučera z Auto ESA. „Je to spíše z toho důvodu, že ženy jsou v řízení mnohem zodpovědnější a nestydí

se přiznat, že si v něčem nejsou jisté,“ doplnil. Mezi další žádané prvky výbavy pro ženy patří navigace a automatické denní svícení. „Řidičky čím dál častěji vybírají automobily samy. Právděpodobně to souvisí se změnou ve společnosti, kdy přibývá počet tzv. singles, tedy lidí bez stálého partnera, a jsou zvyklí rozhodovat sami,“ vysvětlil Filip Kučera, ředitel marketingu Auto ESA. Ženy jsou navíc stále emancipovanější a jejich příjmy se v obecné rovině přibližují příjmům jejich mužských protějšků. Ženy ale také mnohem pečlivěji plánují své finance – za hotové koupilo svůj vůz 66 % zákaznic, 34 % jich pak využilo některého z finančních produktů. (tz)

Ženy nakupují v e-shopech oblečení a boty, muži výpočetní techniku a mobily

Nakupování z pohodlí domova – pro všechny stejné, a přitom jiné. Zatímco ženy nejčastěji objednávají oblečení a boty, muži volí počítače a mobily. Rozdíly ve výběru zboží mezi internetovými spotřebiteli jsou patrné i podle věku či vzdělání. Ukázal to výzkum Asociace pro elektronickou komerci (APEK).

Ženy 62 %, muži 34 %. Tak odpovídali na otázku, zda v uplynulých dvanácti měsících zakoupili po internetu oblečení či boty. Muži 53 %, ženy 31 %. Takový je naopak výsledek u počítačů a hardware. „Výsledky nejsou nikterak překvapivé. Ženy si objednávají nejčastěji oblečení nebo produkty pro zdraví a krásu, muži volí výpočetní techniku a mobily. Zajímavé ale může být, jak s těmito výsledky naloží internetové obchody,“ uvedl k výsledkům průzkumu výkonný ředitel APEK Jan Vetyška.

Na výběr zboží ve virtuálním košíku má však vliv nejen pohlaví. Vysokoškoláci například upřednostňují spolu s oblečením slevové kupony či kosmetické produkty, včetně parfémů. Nakupující bez maturity naopak nejčastěji volí právě počítače, oblečení a mobilní telefony. A jaký vliv má na popularitu zboží věk? V podstatě potvrzuje, že Češi ve věku 25–34 let nakupují na internetu nejčastěji. Proto také u nich dominuje oblečení, které

si objedná alespoň jednou ročně 60 % spotřebitelů této věkové kategorie. Dále pořizují kosmetiku, slevové kupony či sportovní vybavení. Naopak v kategoriích 45–54 a 55 a více už se objevuje převážně dražší zboží – počítače, bílé zboží a mobilní zařízení. Výzkum připravila Asociace pro elektronickou komerci ve spolupráci s agenturou Mediaresearch na vzorku 1750 respondentů reprezentujících českou internetovou populaci. (tz)



Rok 2014 byl rokem hypoték

Už máte svůj vysněný rodinný dům nebo krásný, prostorný nový byt? Využili jste možností hypotéky? Jestli ano, určitě jste neprohloupili. Vývoj úrokových sazeb u hypotečních úvěrů v loňském roce ocenili zejména zájemci o vlastní bydlení. Úrokové sazby podle Hypoindexu spadly až na 2,44 % a Češi toho dokázali využít. Hypoteční banka, jednička hypotečního trhu, spolu s dalšími bankami tak poskytly hypoteční úvěry na bydlení za 144 miliard korun*. Rok 2014 tak byl druhým nejsilnějším rokem v historii českého hypotečního trhu.

Odhadovaný výsledek trhu za rok 2014 také ukazuje, že Hypoteční banka opět potvrdila pozici hypoteční jedničky na českém trhu v nové produkci, když v roce 2014 poskytla úvěry na bydlení v celkové výši 43 miliard korun. Z pohledu bilance je Hypoteční banka

s více než dvěma sty miliardami korun pátou největší bankou v České republice.

„Loňský rok svým vývojem potvrdil naše odhady ohledně oživení trhu s nemovitostmi. Pokles úrokových sazeb hypotečních úvěrů spolu s mírným opětovným nárůstem cen rezidenčních nemovitostí, na které poukazoval vývoj HB indexu, dokázal dostat trh s hypotékami na historicky druhý nejvyšší objem uzavřených hypotečních úvěrů,“ uvedl Jan Sadil, předseda představenstva a generální ředitel Hypoteční banky.

Právě úrokové sazby dosahující ještě nižší úrovně než v roce 2013, kdy atakovaly hranici 2,95 %, byly jedním z hlavních motivátorů oživení poptávky, ale i nabídky rezidenčního bydlení. Oproti srpnu 2008, kdy byly úrokové sazby na nejvyšší úrovni za posledních deset let (5,82 %), jde o více než poloviční propad.

„V roce 2015 očekáváme obdobný vývoj jako v předchozích dvou letech,“ konstatoval Jan Sadil. „Objem uzavřených hypotečních úvěrů bude oproti předchozím letům nadstandardní, což bude motivováno hlavně příznivými úrokovými

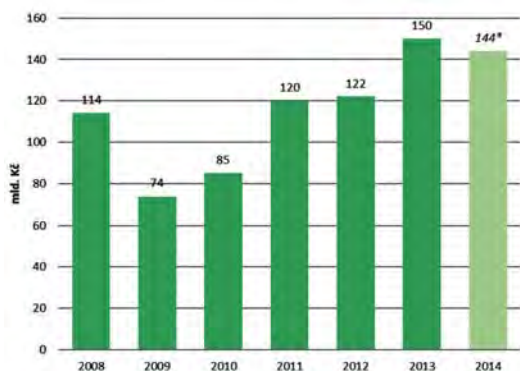


Kresba Freeimages

sazbami, dokončovanými developerskými projekty ve velkých městech i pokračujícím zájmem klientů řešit své bydlení,“ dodal. (tz)

* Odhad Hypoteční banky k objemu tržní produkce hypotečních úvěrů v roce 2014 dle oficiální metodiky MMR.

Vývoj objemu hypoték (MMR)



* Odhad Hypoteční banky k objemu tržní produkce hypotečních úvěrů v roce 2014 dle oficiální metodiky MMR

Vývoj průměrné úrokové sazby



Zdroj: Ministerstvo pro místní rozvoj (MMR), Hypoindex, Hypoteční banka



Koho a co mám ráda

Sem schovávám svůj každodenní svět



Budíček. Rychle provést nezbytné úkony, abychom my ženy mohly v klidu vyrazit do víru pracovního života, zábavy, každodenních povinností i radostí. Uschovat propriety, naše společnosti, bez nichž by byl běh dnů nemyslitelný. Ale kam, když kabelka obvykle buď praská ve švech, anebo se spíše podobá náčiní z posilovny. Alespoň svou vahou. Známe dvě řešení. Možná tři. Prvním je zvolit si vhodný dopravní prostředek. Ke kabelce ještě přidat další příruční zavazadlo. Nebo zvážít, co od ideální kabelky chceme. Lehkou, prostornou, pěknou, moderní, šik, kterou budeme moci snadno kombinovat s pestrou škálou našich nálad i kousků v šatníku. Tablet, smartphone, notes, diář, kniha, výroční zpráva, líčení, parfém, papírové kapesníčky – celý každodenní svět schovám do svojí tašky GOSHICO z řady Sote Line. A jsem spokojená. Vydrží moje výbuchy emocí i remcání, kování, kožené uši i kvalitní nepromokavý materiál se nenechají zvíkat tím, že jeden den je takový a druhý makový. Putujeme společně světem dál a já jsem této značce vděčná za pomoc, již mi poskytuje. Na co se spolehnout, když ne na vlastní kabelku?

Kateřina Šimková

Čechům nejvíce chutná caffè latte, v Praze je ale prý nejoblíbenější espresso

Řetězec kaváren CrossCafe realizoval průzkum preferencí a chování u svých hostů, který probíhal po celé třetí čtvrtletí roku 2014 v 18 kavárnách značky CrossCafe ve třech českých městech. Výsledky ukazují na zajímavé odlišnosti v chutích návštěvníků kaváren v Praze, Plzni a Hradci Králové.

Absolutním vítězem je caffè latte. V Praze je však jedničkou espresso, v Plzni je ale až volbou číslo pět.

Jaký typ kávy je vůbec nejoblíbenější? „V Praze si nejvíce zákazníků objednalo espresso, v Plzni espresso střední, v Hradci Králové pak bylo nejčastější volbou caffè latte střední velikosti. Pokud bychom se podívali na nejčastější volbu celkem, tak si nejvíce zákazníků objednalo caffè latte střední velikosti, pak střední espresso a třetí espresso malé. Zajímavostí je, že malé espresso bylo v Plzni až pátou volbou, oproti volbě č. 1 v Praze a volbě č. 3 v Hradci Králové,“ uvedl Jan Janák, majitel franchisingové licence CrossCafe original.

V příchutích vítězí vanilka, v Praze ale milují karamel

Pokud se zaměříme na ochucené kávy, zde je celkovým vítězem vanilka. Ta je první volbou v Plzni a Hradci Králové, v Praze však zvítězil karamel. Celkově ve všech třech městech je pořadí následující: první volba vanilka, druhá karamel, třetí oříšek, čtvrtá pistácie a pátá banán.

Typický zákazník přijde mezi 14. a 17. hodinou a koupí si kávu střední velikosti

Co se týče velikosti, ve všech třech městech si zákazníci nejčastěji objednávají kávu střední. Neliší se ani nejexponovanější časy. Nejčastěji chodí do kaváren CrossCafe zákazníci mezi 14. a 17. hodinou v Plzni a Hradci Králové, v Praze pak od 14 do 16 hodin. Pokud vás zajímá, za jakou kávu zákazníci utratí nejvíce peněz bez ohledu na její velikost, tak v Praze a Plzni je to espresso, v Hradci Králové pak caffè latte.

U ledových nápojů velké rozdílů nenajdeme

A jak je to s ledovými nápoji? Tam jsou preference na prvních dvou místech ve všech třech městech stejné. Nejčastěji si lidé objednali ice coffee, druhou volbou bylo frappé. Liší se až třetí nejoblíbenější nápoj, v Praze to je ledový citronový čaj, v Plzni vanilkový šejk, v Hradci Králové nealkoholická limonáda mojito. (tz)



Jan Janák, majitel franchisingové licence CrossCafe original

Jakou kávu si lidé objednávají nejčastěji (Top 5)

	Plzeň	Praha	Hradec Králové	celkem
1	Espresso střední	Espresso malé	Caffé Latte střední	Caffé Latte střední
2	Caffé Latte střední	Caffé Latte střední	Caffé Latte velké	Espresso střední
3	Caffé Latte velké	Cappuccino střední	Espresso malé	Espresso malé
4	Cappuccino střední	Espresso střední	Espresso střední	Cappuccino střední
5	Espresso malé	Caffé Latte velké	Cappuccino střední	Caffé Latte velké

Jakou příchut' si lidé objednávají nejčastěji (Top 5)

	Plzeň	Praha	Hradec Králové	celkem
1	vanilka	karamel	vanilka	vanilka
2	karamel	vanilka	karamel	karamel
3	oříšek	oříšek	pistácie	oříšek
4	banán	kokos	oříšek	pistácie
5	pistácie	pistácie	banán	banán

Jaký míchaný ledový nápoj si lidé objednávají nejčastěji (Top 5)

	Plzeň	Praha	Hradec Králové	celkem
1	Ice coffee	Ice coffee	Ice coffee	Ice coffee
2	Frappé	Frappé	Frappé	Frappé
3	Šejk vanilka	Ledový čaj citron	Limonáda Mojito	Šejk vanilka
4	Šejk čokoláda	Iced Mocha	Frappé s příchutí	Šejk čokoláda
5	Šejk jahoda	Frappé s příchutí	Iced Mocha	Ledový čaj citron

Černá versus bílá, luxus a elegance

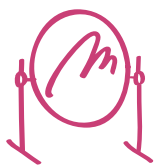
Nová značka mobilních telefonů Honor ve své anketě v zemích střední Evropy zjišťovala, kterou barvu mobilního telefonu uživatelé preferují. Dotázaní se rovněž podělili o názor, proč je pro ně bílá nebo naopak černá varianta tou pravou. Z ankety i z prodejních výsledků vlajkové lodi výrobce Honor 6 vyplynulo, že se těsná většina kloní ke konzervativní černé podobě.

Honor se na důvody, proč lidé preferují tu kterou barvu mobilního telefonu, ptal napříč zeměmi Visegrádské čtyřky na sociální síti Facebook. Zde má značka již desítky tisíc fanoušků. Početnější 58procentní skupina dotázaných se přiklonila k černé barvě mobilního telefonu. Černá je dle jejich názoru pro spotřební elektroniku tradičnější a univerzálnější. Příznivci černé

Prodeje smartphonu Honor 6 (listopad 2014)



barvy smartphonů argumentovali také praktičností – tmavá barva dle nich dokáže lépe zataškovat případné nečistoty. Někteří uživatelé zmínili, že černé mobilní telefony působí luxusnějším dojmem. Zastánců bílých smartphonů bylo mezi odpovídajícími 42 %. Argumentovali zejména subjektivně elegantnějším vzhledem. Lidé upřednostňující bílou barvu oceňují také originalitu oproti „záplavě“ černých telefonů na trhu. Lépe dle nich také vyniknou ozdobné a ovládací prvky přístrojů a kontrast černého vypnutého displeje oproti světlému tělu telefonu. Racionálně uvažující dotázaní si u bílých přístrojů cení nižší viditelnosti škrábanců a otisků prstů. Honor na českém trhu prodává obě barevné varianty své vlajkové lodi, osmijádrového smartphonu Honor 6. Měsíc po zahájení prodeje exkluzivně v e-shopu Alza.cz si jeho černou variantu zakoupilo 62 % zákazníků, bílý Honor 6 vlastní 38 % nakupujících. (tz)



Tip pro vaše svěží já

Somity jsou základem vazivové složky kůže, které s postupujícím časem mizí. Krém Somito nám je pomáhá obnovit.

Jde o unikátní přípravek s intenzivními zpevňujícími účinky. Doplnuje do pokožky a tkání důležité látky potřebné pro správnou funkci buněk, která zajišťuje obnovu pevnosti a pružnosti. Základ krému tvoří ušlechtilý olej ze sladkých mandlí, který pokožce zaručí intenzivní a kvalitní výživu. Biotin (vitamin B7) zabezpečuje pružnost a zdravý vzhled kůže, kofein a karnitin podporují správný transport

aktivních složek do cílových míst. Velmi aktivní výtažek vyrobený biotechnologickou cestou obsahující aminokyseliny – leucin, arginin, lysin a glycin – stimuluje produkci kyseliny hyaluronové a aktivuje činnost fibroblastů k produkci kolagenu. Krém má lehkou strukturu, dobře se vstřebává, nezanechává pocit mastnoty a má jemnou vůni. Nanášíme pravidelně dvakrát denně na problematické partie samostatně nebo při intenzivní péči po vstřebání tonika Lympho, které lehce pokožku prokrví, a umožní tak rychlejší pronikání aktivních látek.

www.gernetic.cz



Zpevňující tělový krém Somito od kosmetiky GERnétic



Fejeton

Zahrádkáři, úroda a život bez řízků

My zahrádkáři to máme těžké. Mýlil by se každý, kdo v nás vidí harmonickou součást přírody, rozvážené, moudré lidi, kteří se povznášejí nad nedostatky civilizace. Jako příklad uveďme nadúrodu jahod. Po týdnu jásotu nad rudým kobercem nemáme ponětí, co s tím, a vůně tohoto nádherného ovoce je tak dotěrná, že pomyslení na jahody se šlehačkou bychom vyměnili za kus uzeného v kterékoli roční době. Rozčilujeme se, zuříme, nadáváme, že to nikdo nechce jíst a pro koho že to pěstujeme. Ejhle a vysoký krevní tlak je tady! A pak, že práce šlechtí. Ano, není nic horšího než přebytek rybízu, angreštu, broskví. Nebo rajčat. Za 14 dní se nikdo na salát z nich nemůže ani podívat, natož na rajskou polévku, omáčku či rajčata grilovaná. Jablka z ráje opadávají z keřů a my z toho nemůžeme spát. Odpoledne je sbíráme do všech nádob, co máme po ruce, přežralé plody rozváříme, pasírujeme, přidáváme koření a vyrábíme kečupy, čatni a bůhvíco. A sklenice plné po okraj pak stejně leží ve sklepe, protože v zimě je každý člen domácnosti líný pro nějaké

ty dary léta zaskočit. Na podzim rovněž radostně sklízíme. I když jablka skoro všechna opadala a půjdou do pálenky, pár přepravků na zimu zůstane. Ale to není vše. Kedlubn gigantů sice narostlo jen deset, avšak i to je pro půlku velkoměsta. Na políčku se košatí pár rozsochatých rostlin kadeřávků, no a červené řepy je tolik, že se tážeme po čapkovsku, kam s ní. Boršč zvládneme tak dvakrát za sezonu, nakládat s křenem je přežitek, chipsy z této zeleniny jsou dobré, ale kdo by se s tím dělal... Nezbyvá, než se celou zimu prolévat čerstvou šťávou, kombinovat s karotkou a jablčičky. Jenže když si vaše játra už 14 dní pochutnávají na tomtéž elixíru života, není to ono. A což teprve ty giganty! Uvaříte je jednou dušené, pak podruhé a do třetice váš žaludek řekne ne, to už nechci, věnuj to nějakému náruživému chovateli králíků. Přecházíte tedy na saláty z čekanky, neb té je nadúroda naprosto nepředvídatelná. Po týdnu, aby byla změna jídelníčku, nasytíte svůj organizmus zase šťávou z červené řepy, vrátíte se ke štrůdlu z nahníhlých jablek, a odpočinutý žaludek

zasytíte kedlubnovým zelím. Jak rádi byste si dali řízek, kus bučku nebo jitrničku! Ale nejde to. Nejprve se musí zkonsumovat, co se urodilo. Jste ve stresu: Kdy sníst to, kdy spotřebovat ono. Kdy se pustit do toho a kdy dojde čas na ty kečupy, leča nebo tuny džemů. Kynuté koláče a bílé jogurty přizdobené marmeládami vás po večerech zmáhají stejně tak jako experimenty z dýní hokajdo a zapomenutých cuket. A to je ta hrůza pěstitele. Zjara vyséváte raději více než méně, protože marně doufáte, že ono se to přece jen může hodit. Stovky hlávkových salátů s vděkem likvidují slimáci, jiné rostlinstvo napadne plíseň, něco pomrzne záhy poté, co vykvete... Všeho je zase málo a zahrádkář má opět příležitost k nářkům. A tak to jde stále dokola, jeden stres z nedostatku vyvažuje stres z nadmíry. Ten převládá, na zahrádě vyroste vždycky něčeho víc, než je potřeba, což vede ke stále větší zodpovědnosti za dary země, zakořeňuje v nás. Listuji si v odborných příručkách a přemýšlím, zda místo vysévání ředkviček nezačnu stavět udrinu.

Eva Brixí

Ženy sportují méně, výrobci jim námahu zpříjemňují

Změna životního stylu a pravidelné pohybové aktivity nejsou pro některé Čechy snadnou záležitostí. V obezitě vede Česká republika celoevropské žebříčky. Statistiky uvádějí, že v Česku žije 31 % obézních žen. Právě ženám se přitom výrobci snaží ulehčit sportovní aktivity speciálními řadami sportovních pomůcek. Od pánských variant se liší nejenom ženskými barvami, ale především speciálně upravenou konstrukcí, která je přizpůsobena odlišným proporcím dámské postavy.

Dámský design sportovních pomůcek umožňuje sportovkyním lepší pocit ze sladěného vybavení, ale i vyšší komfort. Například dámské lyže značky Elan dokonce navrhuje speciální vývojový tým složený nejenom z designérek, ale i profesionálních lyžařek. O lyže vytvořené ženám na míru je mezi kupujícími zájem. „Minulou zimní sezonu naše firma prodala 5890 párů dámských lyží Elan, což je zhruba o 2000 více než předešlou zimu,“ potvrdil loni v prosinci David Holík, ředitel firmy Ina Sport, která dodává lyže značky Elan po České republice. Ženy přitom podle něj opouštějí kategorii nejlépejších lyží, která je pod 5000 korun. Dnes jsou nejčastěji ochotné zaplatit za lyže částky v rozmezí 7000 až 8000 korun. Na českém trhu jsou poptávány i dámské kolečkové brusle. První kolečkové brusle uvedla na trh

značka Rollerblade. V devadesátých letech se odehrál boom in-line bruslení a s ním také začala výroba dámských bruslí. Největší rozmach však přišel až roku 2000, kdy se z tréninkových pomůcek stal ideální prostředek pro kardio cvičení. I dámské brusle jsou podle prodejců specifické. „Brusle pro ženy mají jinou stavbu, například mají posunutější těžiště či odlišnou horní část brusle. Kvůli pohodlí mají také více vycpávek,“ popsal Michal Pavlík z firmy Helia Trade, která je dodavatelem značky Rollerblade v Česku. Helia Trade každoročně prodá přibližně 55 % dámských a 45 % pánských bruslí. Češky obvykle platí za brusle v rozmezí 1500 až 5000 korun. Rozhoduje velikost koleček a materiál rámu, přičemž hliníkový je dražší než plastový. Zatímco brusle si získaly pozornost dámské populace hned od počátku, upravená jízdní kola si musela počkat více než století. Objevovat se začala na přelomu tisíciletí. Například výrobce kol Specialized uvedl na trh první dámské kolo v roce 2002. „Nejprodávanejší jsou kola v rozpětí mezi 15 000 až 30 000 korunami,“ uvedl Pavel Svatoň

z firmy Specialized Svorada. Dámská kola se od těch pánských liší především rámem, který je kratší. Žena má totiž kratší trup než muž.

Díky kratšímu rámu tak lze dosáhnout optimálního poměru délky rámu k délce těla.

Některým ženám však mohou vyhovovat pánské modely kvůli vyšší postavě.

Prodejci se navíc shodují, že závisí na tom, co lidé od sportovních produktů očekávají. Profesionální sportovkyně se místo na pohodlí zaměřují na výkon a též volí konzervativnější barvy sportovních pomůcek. Toho si lze všimnout nejen

na cyklostezkách, ale i na

sjezdovkách.

„Profesionální lyžařky vyhledávají

unisexové lyže vytvářené podle pánského vzoru. Zaměřují se na výkon. Početnější je však skupina žen, pro které je lyžování rekreací. Pro ty je optimální pohodlí při lyžování a design lyží vytvořený speciálně pro ženy,“ uzavřel David Holík. (tz)



Jak vnímají Češi podnikání: mělo by se více vyučovat na školách

O podnikání v České republice vypovídá mnoho analýz, názorů i diskuzí. Jedním z příkladů je čerstvá studie zaměřená na vnímání businessu. Ukázala, že samostatné podnikání si dokáže představit 30 % obyvatel České republiky. Před rokem to přitom bylo o 7 % více.

Průzkum na toto téma zadala společnost Amway v 38 zemích světa a kromě podnikatelského potenciálu se zaměřil i na podnikatelské vzdělávání. Vyplývá z něj, že 69 % Čechů sice vnímá podnikání pozitivně, ale pouze 30 % z nich si dovede představit, že skutečně podnikat začne. Nejpozitivnější se k podnikání staví Češi ve věku mezi 35 a 49 lety a s vyššími příjmy, ostatní věkové i příjmové skupiny jsou skeptičtější. Proti tomu nejvyšší podnikatelský potenciál ze zkoumaných zemí má Mexiko, kde možnost vlastního podnikání připouští 80 % lidí. V rámci Evropy se velmi pozitivně k podnikání staví tradičně ve Skandinávii, naopak podobně naladěni jako Češi jsou například Němci. Průzkum se rovněž za-

měřil na to, jak moc jsou naopak k podnikání vstřícné jednotlivé státy. Na 78 % respondentů v ČR si myslí, že naše země je k podnikání a podnikatelům spíše, či dokonce velmi nevstřícná. Nejhuře je na tom Portugalsko, které je podnikatelsky přátelské pouze podle 18 % oslovených lidí.

Analýza se zajímala také o to, zda se lze podnikání naučit, nebo je třeba spíše vrozeného talentu. Přestože 59 % Čechů preferuje první teorii, neexistuje v Česku dostatek vzdělávacích příležitostí. Pouze 16 % z oslovených vnímá vzdělávání v této oblasti jako dostatečné. Většina lidí (51%)

si pak myslí, že podnikání by se mělo vyučovat na středních a vysokých školách. Studie ukázala, že 35 % lidí v ČR na vlastním podnikání oceňuje nezávislost na zaměstnavateli a možnost určit si vlastní pracovní dobu. Důležitá je také realizace vlastních nápadů (32 %), vedlejší příjem je až na druhém místě (26 %). Průzkumu se zúčastnilo celkem 44 000 lidí ve 38 zemích celého světa, pro společnost Amway jej realizovala Technická univerzita v Mnichově a společnost GfK. „Cílem je zejména upozornit na to, jak veřejnost vnímá podnikání, ale i na jeho ekonomický potenciál. Chceme také podpořit diskuzi

o odstraňování překážek, které zakládání podnikání brání,“ řekla ředitelka Amway v ČR Ildiko Dikošová.

Amway je celosvětově největší firma v oblasti osobního prodeje. Její celosvětový obrát činil vloni 11,8 miliard dolarů, disponuje více než 21 000 zaměstnanci a třemi miliony distributorů. Společnost Amway, kterou založili v roce 1959 Rich DeVos a Jay Van Andel v americkém Michiganu, nabízí spotřebitelské zboží a obchodní příležitosti podpořené globálním zemědělským, výrobním a logistickým řetězcem s více než 900 vědci. (tz)

Kde by mělo probíhat podnikatelské vzdělávání



36%
STŘEDNÍ ŠKOLY



33%
ZVLÁŠTNÍ START-UP PROGRAMY
REALIZOVANÉ NEVLÁDNÍM
SEKTOREM ČI STÁTEM



32%
UNIVERZITY, VYŠŠÍ
ODBOVNÉ ŠKOLY



26%
ZVLÁŠTNÍ START-UP PROGRAMY
PODPOŘOVANÉ SOUKROMÝMI
SPOLEČNOSTMI



23%
LIDÉ JSOU ZA VYDĚLÁNÍ
SAMÍ ODPOVĚDNÍ



CHCETE UŠETŘIT? JEZDĚTE NA CNG!

- stlačený zemní plyn CNG je nejlevnější pohonná hmota – 18 až 19 Kč/m³ včetně daní (1 m³ CNG energeticky odpovídá 1 litru benzínu)
- náklady na 1 km jízdy u osobních a malých užitkových vozů od 1,00 do 1,30 Kč
- u CNG se nejedná o přestavby, ale o továrně vyráběná vozidla
 - plnohodnotný zavazadlový prostor
- s kartou CNG samoobslužně natankujete rychle a nonstop
- aktuální informace (ceny, mapa stanic, nabídka vozů, novinky) sledujte na webových stránkách www.cng.cz
- RWE je provozovatelem široké sítě stanic CNG a největším prodejcem CNG v ČR