

Madam[®] BUSINESS

PROSPERITA

červen 2019

Navzdory vráskám

Eva Brixí

Hvězdy napsaly mi v noci na čelo
Že budu plakat
Že bude i veselo
Že vstoupím tam
Kam se léta nesmělo
Že nebudeš nic chtít
Že bouřka bude za mne bdít
Až začneš líbat
Až začneš světem hýbat
A mojí stopou
Rozhodneš se
Novou kapitolku otevřít

Bohuslava Šenkýřová

Často se zdá, že školství
a fotbalu rozumí každý
rozhovor na stranách 10–11

INZERCE

Vídeňská firma Manner s Mlékárnou Valašské Meziříčí na trh se společným výrobkem: novinkou Smetanový jogurt z Valašska a Manner oplatky

Tříletá spolupráce Mlékárny Valašské Meziříčí s vídeňskou společností Josef Manner & Comp. byla završena. Na pulty obchodů nyní uvádějí společný produkt Smetanový jogurt z Valašska a Manner oplatky. Je vyráběn ve třech příchutích jako vanilkový, čokoládový a oříškový vždy s Manner oplatkami ve víčku. Obal výrobku má typické znaky obalů Mlékárny Valašské Meziříčí „z Valašska“ i typickou růžovou barvu společnosti Manner. Spolupráce obou firem doposud zahrnovala především využití plochy výrobků na vzájemnou propagaci. Novinka Smetanový jogurt z Valašska s Manner oplatky vznikla již jako výrobek společný. Chutě vybírala jak česká, tak rakouská strana. Obě značky spojuje společná filozofie kvality produktů při zachování tradičních receptur.

(tz)



Laserová mašina jako dárek pro podnikavou manželku



Ing. Dagmar Smrčinová, Ph.D.

Jestli chcete vstoupit do světa malých zázraků, vydejte se do sídla firmy 4ISP s.r.o. a jejího showroomu EURAZIO Center kousek za Prahou. Do Modletic. Projdete-li recepcí, zjistíte, že jste v hale neobvyklé kreativity a že ke své spokojenosti a rozjezdu podnikání nutně potřebujete laserový stroj nebo frézku. Že to zní příliš zkratkovitě? Možná ano. Přesto právě sem, na adresu Za Stodolou 144 přijždějí nejen muži jako milovníci techniky a čehokoli, co jim ulehčí práci, ale i dost žen. Těch, které se rozhodly založit živnost nebo zefektivnit současnou malovýrobu čehokoli, posílit firmu novými prvky, ozvláštnit image, dát o sobě vědět jiným, novým a hravým způsobem. Co všechno je jim tady k dispozici, k čemu stroje slouží a jak mohou nastartovat business? Na to jsem se zeptala Ing. Dagmar Smrčinové, Ph.D., marketingové a projektové ředitelky centra EURAZIO:

Na jaře jste představili zákazníkům mnoho zajímavostí, atraktivní sortiment laserových strojů a frézek, které si mohli otestovat právě živnostníci, majitelé menších firem, ženy, které se rozhodují, jak nejlépe vstoupit do podnikání. Jak se jim u vás líbilo?

Získali jsme velmi dobrou zpětnou vazbu. Mnozí návštěvníci byli doslova nadšení, protože netušili, co všechno tyto stroje umí. Sjížděli se k nám zájemci doslova z celé republiky. Výjimkou nebyli muži v roli manželů. Přišli „okouknout“ a vyzkoušet menší laserový stroj, který se posléze rozhodli koupit své partnerce, aby mohla urychlit a zvýšit výrobu například dětského oblečení. Naše lasery totiž dokážou úplně všechno, třeba právě nastříhat jednotlivé díly oděvů za neuvěřitelně krátkou dobu,

podle toho, jaké jim přes počítač zadáte pokyny. Pro švadlenky je to úžasná pomoc a úspora času i látek. Pracnost se nesčetněkrát sníží. Obsluha takového stroje není vůbec složitá, a jakmile se s ním klientka sžije, jde jí práce pěkně od ruky.

Celá vaše hala byla vyzdobena nejrůznějšími výrobky, které díky schopnostem laseru mohou vzniknout. Třeba krásné velikonocní nebo vánoční ozdoby, jež se už nemusí vyřezávat ručně, ale vyseká je do nejjemnějšího detailu z překližky stroj. Určitě tak vzniká mnoho pozoruhodných předmětů...

Člověk se až sám diví, co všechno naše lasery dokážou. Poradí si s nejrůznějšími materiály, jako je kov, sklo, karton, dřevo. Také umí materiály spojit, protože si je sám poskládá tak,

aby se zbytečně neplýtvalo a nevznikalo mnoho odpadu. Sklo není nutné díky laseru označovat jen na povrchu, ale i pod ním, takže myčka design nepoškodí.

Slyšela jsem, že se právě vaše stroje využívají k výrobě efektu poničených jeansů. Je to pravda?

Zcela určitě. Stačí ho naprogramovat a výrobu můžete rozjet. Třeba se zrovna vám podaří tak úžasná věc, že se zrodí nový módní trend. Jeden nikdy neví!

Některý druh stroje si kupují například pekaři. K čemu jim slouží?

Používají ho k popisování chleba. Na každém bochníku může být vyraženo datum, což je i pro konečného spotřebitele dokladem toho, zda si kupuje chléb právě čerstvý, nebo třeba den starý. Může zde být vepsáno logo, jakýkoli znak apod. Stejně tak lasery využívají někteří distributoři ovoce, třeba na jablko lze napsat jednoduchý nápis jako Dobrou chuť, Pěkné Vánoce.

Jsou významnými odběrateli rovněž reklamní agentury?

Je to tak. Lasery mohou využít například k individuálním návrhům nejrozmanitějších dárkových předmětů pro své klienty, třeba při příležitosti firemních výročí, svátků, oslav. I proto zveme všechny zájemce k nám do EURAZIO Center, kde si všechna zařízení mohou vy-





zkoušet. Mohou si přinést svůj vlastní materiál, z něj tvořit. Aby na místě viděli, jak jejich model vypadá. Jaký potenciál zařízení nabízí.

Určitě i pro studenty je to ráj na zemi.

Nejen pro ně. I děti si mohou prostřednictvím laseru převádět své počítačové obrázky v hmatatelný objekt. Takže třeba pro modeláře je to skutečně úplně ráj.

A poradíte každému, kdo se potřebuje dovědět podrobnosti, kdo zatouží takového pomocníka vlastnit?

Naši specialisté se každého nadšence rádi ujmu a vše ukážou. Poradí, jak ulehčit výrobnímu procesu, víme, jak ušetřit na spotřebě plynu v případě rozsáhlejší výroby, jak předějit prašnosti, zkrátka od všeho kousek. Vyzkoušíme, jak si se kterým materiálem stroj poradí a jak využít přednosti, jež skýtá. Naše zařízení

zakoupil například jeden výrobce, který na trh dodává dřevěné kravaty!

To je vtip?

Ne, originální výrobní program. Naše mašiny jsou skutečně univerzální. Pomohly na svět nejednomu zajímavému nápadu.

I velké firmy si u vás přijdou na své. Některé z ryze mužských oborů vlastní ženy. Jak byste pro ně stručně charakterizovala sortiment, který můžete nabídnout?

V EURAZIO Center jsou k vidění základní typy vláknových řezacích laserů na řezání kovů, kombinované stroje pro trubkové a plošné řezání kovu, trubkové řezací stroje pro velmi malé i velmi velké průměry kovových materiálů. Také značkové lasery s automatickými podavači pro velkokapacitní výrobu, dále značkové lasery pro velkoformátová značení.

Škála strojů je opravdu široká, a to od těch pro školy a učňovská střediska až po hobby použití domácího kutila či od malovýrobce až po stroje pro velkosériovou produkci.

Takže sem s radostí může zavítat majitelka velké exportní společnosti stejně jako jednatelka malé firmy, která vyrábí dětské hry z překližky, stejně tak jako modelář, zámečnický nebo výtvarník?

Každý, kdo hledá cestu seberealizace, potřebuje inspiraci nebo dodat odvahy. Je jedno, jestli chcete dodávat na trh vánoční přání ze dřeva, modely z papíru, nebo šít originální pytlíky na cvrnkací kuličky. Stejně tak jako zástupce firmy, jež chce inovovat vybavení, zjednodušit a zefektivnit produkci.

Co když ke splnění snu chybí peníze? Maminka na mateřské ne vždy disponuje velkým obnosem, na rozdíl od nápadů a bujně fantazie. Dokážete pomoci s financováním?

Samozeřejmě jsme mysleli i na to a dokážeme vyjít vstříc. Poradíme i v tomto směru, a sen může měnit života člověka. Úzce například spolupracujeme s ČSOB Leasing. Navíc některé stroje nejsou v závratných částkách a klienti bývají často překvapeni, že i za několik set tisíc lze pořídit pomocníka do businessu, který se za pár týdnů jednoznačně zaplatí.

Stále jste firmou, která provozuje největší showroom laserů a CNC strojů v Evropě?

Nejen to. Expandujeme. Připravujeme otevření pobočky na Ukrajině a naplno jsme rozjeli distribuci do Pobaltí. K zákazníkům přistupujeme všestranně, s vědomím zodpovědnosti za to, jak se jim bude dařit. S plným servisem, poradenstvím, zaškolením. Začínali jsme s dobrými referencemi a s nimi i pokračujeme.

ptala se Eva Brixi ■■■



foto Martin Šimek



Magie cenotvorby

Podle čeho stanovit cenu výrobku a služby? Určitě nejen podle nákladů, nejen podle hodnoty know-how, jímž firma disponuje. Chápu, že se v ceně má zrcadlit i uvědomění si výjimečnosti nebo tuctovosti (která mimochodem není vůbec k zahození). Počítá se sem také hodnota značky nebo začátek příběhu produktu. Svou roli hraje zkušenost, sebevědomí majitele společnosti nebo jisté poselství k okruhu prvních zákazníků. Jedno mi však zůstává záhadou: jak najít zlatý střed této magie, aby daný subjekt nepodhodnotil či nenadhodnotil své možnosti ve vztahu k příležitostem na trhu. Aby neokradl sebe ani kupující, aby vydělal a klient byl nadšen.

Eva Brixí, šéfredaktorka



Tip Grady

Manipulativní rétorika – Nejlepší manipulativní triky a techniky

Wladislaw Jachtchenko



Mezinárodně úspěšný trenér rétoriky v knize prozrazuje nejúčinnější manipulativní techniky. Dozvíte se, jak si umět vynutit souhlas, jak vzbudit sympatie, ukončit nepřijemné diskuze nebo jak využívat podvodné argumenty a manipulativní řeč těla. Naučíte se také využívat jazykové triky, argumentační klamy a kognitivní zkreslení.

partneři www.madambusiness.cz

hlavní partneři:



partneři:



Prosperita Madam Business

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 13, červen 2019
Vydává RIX, s. r. o., Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9

Šéfredaktorka:

PhDr. Eva Brixí-Šimková, e-mail: brixii@iprosperita.cz, mobil: 602 618 008

Šéfredaktor www.madambusiness.cz:

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

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

Tisk: Triangl, a.s., www.trianglprint.cz



Distribuce: 5 P Agency, spol. s r. o.

Placené textové materiály jsou označené grafickým symbolem

www.madambusiness.cz

Internetový marketing: Media Know, www.mediaknow.net

Z www.madambusiness.cz doporučujeme sledovat kosmetickou poradnu GERnétic nazvanou Průvodce zdravým půvabem.

Nenechte si ujít novinky na blogu intuitivediary.com naší redaktorky Kateřiny Šimkové.

Premýšlíte nad změnou vizuální identity nebo marketingové strategie? S Martinem Šimkem a mediaknow.net najdete správný směr.



Čemu byste se letos chtěla naučit?

Anna Šperlová
jednatelka firmy Excellent Plzeň s.r.o.
a ředitelka projektu Excellentní žena

Chtěla bych se zdokonalit v používání online marketingu, naučit se psát texty na web a do newsletterů. Již jsem udělala první krůček a přihlásila se na workshop k tomuto tématu. A v mém podnikání se chci více zaměřit na ženy-podnikatelky, připravovat jim zajímavá setkání a vůbec jim věnovat více pozornosti, zaslouží si to.



Jak vnímáte genderové otázky? Má smysl se jimi zabývat?

Ing. Alexander Šafařík-Pštrosz
ředitel
Technický a zkušební ústav stavební Praha, s.p.

Vnímám je například tak, že na rok 2019 jsme vydali naprosto genderově nevyvážený firemní kalendář, který přesto vzbudil zájem i mezi ženami (patrně jej měly komu předat). Ale trochu vážněji. Smysl to samozřejmě má, ale rozumně. Jsou vědecky dokládány zásadní rozdíly ve fungování ženského a mužského mozku jako různé výhody obou stran. Proto jenom vítám výměnu názorů a komunikaci mezi ženami a muži ve firmě i v managementu, a považuji ji za výslovně prospěšnou.



Informace do kabelky

Krajanka Moje chvilka s pomerančem

Nedávno byla do prodeje uvedena novinka Krajanka Moje chvilka pomeranč. Jde o novou příchuť jediných čokoládových zakysaných smetan na trhu, která doplnila řadu Moje chvilka karamel, višně a extra čokoláda. Tyto čokoládové zakysané dezerty si našly své místo na stolech českých gurmánů a jsou určeny i náročným zákazníkům. Patří do rodiny výrobků značky Krajanka, jednoduše poctivá. Plnou smetanovou chutí připomíná zákazníkům tradiční výrobky, připravované jednoduchými metodami našich maminek a babiček.

Tento trend, tedy návrat k tradičnímu, se na trhu dá v současnosti i v rámci spotřebního chování sledovat dlouhodobě. „Značka Krajanka je stálíci v sortimentu naší firmy. A protože je zákazníci vyhledávanou, stále její portfolio rozšiřujeme,“ řekl Martin Kincl, marketingový manažer značky Krajanka.

Krajanka je na trhu již od roku 1992. V roce 2016 prodělala proměnu v designu svých obalů. Vytváří se také nové příchuti. Kvalitní hutný smetanový základ však zůstává.

(tz)





Na chalupu, nebo k moři?

Dovolenou v zahraničí letos plánuje asi 60 % Čechů. Nejméně třetina na ni vyrazí s cestovkou. Mimo jiné také proto, že cestu a pobyt může částečně hradit zaměstnaneckými benefity. Podle údajů společnosti Sodexo si Češi takto snižují výdaje na dovolenou v průměru o 9000 Kč.

Většina Čechů má o letošní dovolené jasno. Tábory těch, kteří vyrazí do zahraničí, nebo naopak zůstanou v České republice, jsou vyrovnané, nicméně asi pětina lidí plánuje zvládnout obojí. V každém případě Češi preferují tradiční formy ubytování v hotelích a penzionech. Kempování (ať už ve stanu, nebo v karavanu) holduje asi 13 % dovolenkářů, trávit volno na chatě či chalupě považuje za dovolenou necelých 10 % respondentů průzkumu, který si nechala zpracovat společnost Sodexo Benefits.

Trojici nejoblíbenějších forem dovolených tvoří dovolená u moře (47 %), výlety v přírodě (43 %) a „jakákoliv dovolená, kde se dá tzv. vypnout“ (40 %). Obliba poslední ze zmiňovaných variant roste spolu s věkem a průzkum také ukázal, že například takový relax u moře vůbec není snem lidí před důchodem. Největší zájem o něj mají nejmladší věkové skupiny a s rostoucím věkem tato preference klesá. Podobné je to s cestováním a sportem v přírodě, vyhovuje spíše mladším ročníkům. Obecně lze říci, že mladí lidé jsou více nadšení pro všechny formy dovolené a výrazně více než jiné věkové skupiny se zajímají o cestování do exotických

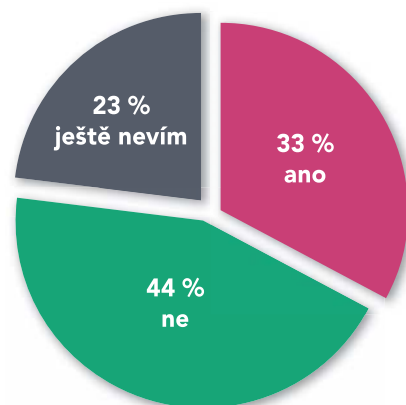
zemí (39 % vs. průměr 19 %) nebo poznávání nových lidí (21 % vs. 11 % průměr). Chtějí být zkrátka aktivní.

Mladí lidé si na dovolenou také nejčastěji musí naspořit, zatímco nejvíce lidí, kteří ji zvládnou bez problémů pokrýt ze svých pravidelných příjmů, je mezi věkovou skupinou 55–65 let. I tak ale platí, že si na dovolenou šetří téměř tři čtvrtiny lidí.

Příjemný způsob, jak snížit náklady na dovolenou, představují zaměstnanecké benefity. „Legislativní limit na cestování je stanoven na 20 000 Kč u jednoho zaměstnavatele za rok,“ vysvětlila Tereza Knířová ze Sodexo Benefits. Poskytovatel zaměstnaneckých benefitů nabízí kartu nebo poukázky Flexi Pass, za které se dá koupit zájezd, ubytování, ale také sportovní či kulturní zážitky. „Z benefitů na volný čas naši uživatelé utratí 10 % na cestování a dovolenou. Flexi Pass v souvislosti s dovolenou lidé využívají nejvíce na nákup v cestovních kancelářích Fischer, Blue Style a EXIM tours. Průměrná útrata za dovolenou z benefitů je 9000 Kč,“ prozradila.

Průzkum také zjišťoval, co by lidé dělali, kdyby měli na dovolenou o 10 000 Kč více, a ukázalo se, že 28 % respondentů by zvolilo delší dovolenou a 27 % respondentů by vyrazilo ještě na jednu dovolenou. Více než pětina respondentů by si také nechala líbit větší luxus jako třeba all inclusive. Skoro čtvrtina Čechů totiž musí na dovolené držet svou peněženku zkrátka a téměř další polovina se do podobné situace dostává v destinacích, kde je drahé. Od roku 1992, kdy Sodexo vstoupilo na český trh, poskytuje všem 2000 zaměstnanců skupi-

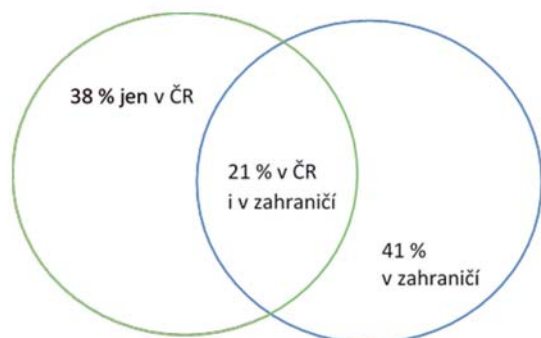
Plánujete využít pro zajištění své příští dovolené služby cestovní kanceláře?



ny v ČR služby, které zlepšují kvalitu každodenního života. Sodexo nabízí firmám i institucím služby v oblastech zaměstnaneckých benefitů, motivačních programů a řešení pro veřejnou správu, ať už prostřednictvím elektronických karet a poukázek na stravování a volný čas, dárkových poukázek, nebo systému na správu benefitů Cafeteria. Dále pak i služby v oblasti komplexních řešení na míru u klienta (firemní restaurace a širokou škálu služeb facility managementu – správy budov, údržby mechanických zařízení a elektro, revizí, projekt managementu, úklidu a administrativních služeb).

(tz)

Kde letos plánujete trávit dovolenou?



Jak vypadá vaše ideální dovolená?



Neužívejte si v pyžamu aneb pro a proti práci z domova



Kateřina Prášilová

V čem se liší home office od homeworkingu?

Práci z domova dělíme na home office a homeworking. Mluvíme-li o home office, jde o částečnou práci z domova, zpravidla několik dní v měsíci. Homeworking je pak model, kdy zaměstnanec pracuje pouze z domu a do práce nedochází.

Jaký model se nejčastěji využívá v IT prostředí?

V IT jsou využívány oba zmíněné modely. Protože je kvalitních ajťáků stále kriticky málo, firmy se jim snaží vycházet vstříc, jak jen to jde. Možnost využít alespoň několik dní v měsíci na práci z domova se pomalu stává standardem.

Je důvodem oblíbenosti moderních forem práce hlavně časová úspora?

Práce z domova v jistém smyslu opravdu šetří váš čas. Pokud vám běžná cesta do práce trvá půl hodiny, denně získáte hodinu k dobru. Zejména dámy pak ocení, že se každé ráno nemusí zabývat svým outfitem, líčením či účesem. Doma vám tepláky nikdo vyčítat nebude.

Má to, že nevytáhneme paty z domova, i své stinné stránky?

Home office může být časově i náročnější. Mnoho lidí má totiž tendence k multitaskingu, tedy k děláni několika činností zároveň. Zabýváte-li se tedy pracovním úkolem a bě-

Home office je v poslední době stále častěji nabízeným benefitem. Jde v podstatě o možnost odpracovat si menší či větší část pracovní doby z pohodlí domova nebo odkudkoliv jinde. V některých oborech či firmách už nejde ani tolik o benefit, jako spíše běžnou praxi. Ve velkém jej využívají IT specialisté, hodně pomoci může například maminkám na mateřské dovolené. Určitě ale není pro každého. Kromě nesporných výhod má totiž i slabé stránky, které mohou zkomplikovat pracovní proces. Popovídali jsme si o tom s Kateřinou Prášilovou, talent sourcing manager jobportálu Jobstack.it, který nyní nabízí inzerování pracovních pozic zdarma.

hem toho vás několikrát napadne kouknout, co zrovna dávají v televizi, prohlédnout si facebookovou zeď nebo třeba vysát pod gaučem, stane se práce velmi problematická. Bylo dokázáno, že multitasking je velmi neefektivní, a to proto, že navíc ubírá čas, kdy musíte přepnout své soustředění z jedné činnosti na druhou.

Na co si tedy má člověk dát pozor?

Práci je potřeba si dobře zorganizovat, vše si zapisovat do kalendáře či diáře, hlídat si deadliny a mít zkrátka ve všem pořádek, aby se pracovní život nemusel míchat s tím osobním.

Když pomineme čas, co získáme prací z domova?

Výhodou samozřejmě je, že si můžete práci naplánovat tak, jak vám to nejvíce vyhovuje. Jste spíše noční sova? Potom není problém pracovat až do pozdních večerních hodin a ráno si zase trochu přispat. Právě to mnoho zaměstnanců na home office láká.

Jaké nároky si klade práce z domova na prostor?

Pracujete-li v kanceláři, máte zpravidla svůj stůl, u kterého sedíte, a kde se většina vaší práce odehrává. Toto místo máte s prací spojené a jste tak nějak navyklí, že to tak je, a tím pádem je zde menší pravděpodobnost, že se necháte něčím rušit nebo myšlenkami odbíháte jinam. Nějak podobně byste si to měli zařídit i mimo pracoviště zaměstnavatele.

Tedy?

Doma to však láká lehnout si s notebookem do postele, sednout si na křeslo v obýváku nebo kdekoli jinde. Tato místa však více svádějí k činnosti a myšlenkami, které vás od práce odvádějí. Mimo to vás mohou vyrušovat ti, kteří s vámi domov sdílejí.

Když chci být efektivní, jak se zařídit?

Pokud máte být i z domova výkonní, je potřeba si pro práci vyhradit jedno místo, ideálně pracovní stůl, které je klidné a je zde co nejmenší pravděpodobnost vyrušení. Také se doporučuje nepracovat v pyžamu – svádí to totiž k pocitu, že nic dělat nemusíte.

Spojení se zaměstnáním však jistě neztrácí na důležitosti. Jak nejlépe komunikovat se spolupracovníky?

Homeworking představuje činnost, která probíhá plně z domova. Je nutné si proto vytvořit vhodný styl komunikace se zaměstnavatelem, aby byly správně a včas předávány důležité informace a srozumitelně zadávány úkoly. Někdy je vhodnější e-mail, kde vám zůstane vše černé na bílém, někdy zase telefon, kde je komunikace rychlejší, je možná rychlá interakce, problém lze lépe vysvětlit. Každopádně si komunikační proces předem ujasněte, ideálně se jednou za čas sejděte osobně a také počítejte s tím, že mohou při komunikaci na dálku vznikat šumy a může docházet k nedorozumění.

Na co si ještě dát pozor?

Předpokladem pro home office nebo homeworking je, že jsou obě strany schopné komunikovat, uvědomují si možné problémy a umějí jim předcházet. Pokud pracujete v týmu, je potřeba také efektivně vést komunikaci se všemi kolegy. Výsledky práce by tím zkrátka neměly strádat.

Nechybí pak sociální kontakt?

Ano, může se stát, že vám bude komunikace s vašimi kolegy nebo i jejich přítomnost chybět. Práce z domova může způsobit, že vám zkrátka začne být smutno. S tím je potřeba počítat a najít si způsob, jak se pocitu osamocení vyhnout.

za rozhovor poděkoval Pavel Kačer



Czech Specials

Váš gastronomický rádce při cestách po Česku

- Czech Specials je certifikační značkou, která potvrzuje, že právě v takto certifikovaném podniku Vám připraví tradiční české pokrmy v odpovídající kvalitě.
- Czech Specials je spolehlivým průvodcem po dobrých restauracích nabízejících poctivou českou kuchyni.

Přijďte si pochutnat do restaurací označených logem Czech Specials a užijte si poctivě připravené pokrmy naší národní kuchyně.

Inspiraci naleznete na stránkách www.czechspecials.cz.
Těšíme se na Vás!

Chci, aby to mělo smysl

Michaela Roháčková je podnikavá žena, která si splnila sen o seberealizaci, i když byly děti ještě malé. Rodina ji podpořila a pochopila, jak je pro ni práce důležitá. Díky poctivosti, neutuchajícímu zájmu, skvělým organizačním schopnostem a pocitu, že ji profese Gerneticienne baví, se jí daří. Svůj kosmetický salon provozuje na předměstí Kladna, ve Velkém Přítočně. Když jsem ji navštívila, přivítala mne s francouzským šarmem a elegancí. Vyzařovala z ní energie, laskavost, empatie a moudrost. Společně jsme se posadily u ní doma k jídelnímu stolu a ona vyprávěla o tom, jak obrovskou má radost z toho, že dcera úspěšně složila přijímací zkoušky na víceleté gymnázium. Tak se na nás těšila, že mamčiným hostům upekla slané šneky. V tu chvíli jsem věděla, že Michaela Roháčková našla svůj recept na vyrovnanost a štěstí a nohama stojí pevně na zemi.

V kosmetickém oboru se pohybujete už víc než 15 let. Kam se podle vás během této doby posunul? Co je dnes efektivní a co je jen marketingovým lákadlem?

V posledních letech se oblast kosmetické péče mění radikálně obrovskou rychlostí. Jsem však překvapená z toho, jaké představy si v sobě o tomto druhu relaxace a osobní péče ženy stále nosí. Jejich zkušenosti jsou někdy skutečně traumatizující. To je samozřejmě přezitek! GERnétic se svými procedurami je neinvazivní, ba přímo jemný. Jeho posláním je uvést pleť do dobré kondice, podtrhnout přirozenou krásu a umocnit zdravý vzhled pokožky i příjemný pocit klientky z toho, že pro sebe pravidelně dělá něco prospěšného. Tato značka představuje skvělé řešení i pro domácí péči, kterou se výsledky ze salonu umocní. Na pravou míru bych uvedla jedno marketingové tvrzení: přípravek za stokrát může sice slibovat zázraky, ale obvykle se žádný zásadní výsledek nedostaví. A ve chvíli, kdy takové produkty žena často stědává, protože s nimi není spokojena, může si dokonce přivodit problém. GERnétic funguje úplně jinak, cílí na nitro buněk, odkud vitalita vzkvétá. Je to velmi brzy vidět. Po salonním ošetření okamžitě. V domácí péči se efekty synergicky podpoří. Radost má klientka, ale i já jsem nadšená, že to funguje v dokonalém souladu a obě vidíme pokrok.

Jak změnila váš pohled na krásu a zdraví spolupráce se značkou GERnétic? Vzpomenete si na první osudové setkání?

Na této značce mě uchvátilo to, jak je kvalitní, má ověřitelné výsledky a profesionální servis, který poskytuje nejen klientovi, ale i kosmetičkám. Je bezchybný! České zastoupení v podobě společnosti LK SERVIS dělá pro své lidi i partnery obrovský kus práce. Srdcem! Pokud je třeba, může se na centrálu člověk obrátit s dotazem, prosbou o pomoc či radu. Jsem ráda, že mám jako kosmetička k dispozici takové zázemí erudovaných lidí, které práce baví a rozumí jí. Celá tato kultura se přenáší i do salonní praxe, kde je na prvním místě zájem o klienta. Nikde jsem také nezažila tak propracovaný systém vzdělávání, který ráda pravidelně využívám.

První setkání se odehrálo na kosmetickém kurzu, kde se mi dostal do rukou časopis s článkem o GERnétic. Přihlásila jsem se na školení s Alenou Kimlovou, která značce zasvětila více než 20 let. Byla to radost a získala jsem obrovskou motivaci do toho jít. Měla jsem v salonu půl roku i levnější kosmetiku, ale upustila jsem od ní. Účinky péče se prostě nedaly srovnat. A já chtěla dělat práci tak, aby měla smysl. Ladislav Kavan, majitel LK SERVIS, mne také inspiroval a motivoval k tomu, abych se nebála



Michaela Roháčková

obchodu. Nabízím zákaznicím to, co vím, že jim prospěje. A ony o tom také nemají pochybnosti, chtějí se nechat hýčkat. Tento detail moje podnikatelské úsilí vlastně velmi povzbudil.

Které procedury si u vás klientky dopřávají nejčastěji? Mění se jejich obliba s nadcházejícím létem?

Specializuji se na obličejové ošetření, ženami je žádanější. Nejspíš proto, že obličej je více na očích. Z tělových pak dělám zábal z mořských řas, který má silné detoxikační účinky a kůže výborně ozdravuje. Ošetření vždy koncipuji klientce na míru podle aktuálního stavu pleti, pokud je na to pokožka připravená, ráda zohledním přání klientky, když vím, že to celkový výsledek podpoří. Je nesmysl v letních parnách nabízet třeba minerální salonní masku, která má zahřívací efekt. Volím vždy postupy, aby bylo dosaženo nejlepšího účinku a klientka si ošetření opravdu užila.

Dámy, které si GERnétic jednou vyzkoušely, se k vám do salonu rády vrací. Čeho si na této kosmetice nejvíce cení?

Svůj vliv má efekt viditelný bezprostředně po ošetření i několik následujících dní. Myslím, že to je upřímnost a zpětná vazba, co je do salonu dále přivádí. Na mém názoru jim hodně záleží, vědí, že jim vždy profesionálně poradím. Na tom si zakládám. Všimla jsem si však jedné zvláštní věci. Když dámám, zejména těm profesně úspěšným, navrhuji program domácí péče, často napoprve pokyny nedodržují. Jsou zvyklé se spoléhat převážně na sebe, a i kosmetiku chtějí mít pod vlastní kontrolou. Jenže pak se výsledky dostávají mnohem pomaleji. Vždy se ptám, co se děje, proč pokožka nevypadá, jak jsme očekávaly. Společným rozplétáním příběhu dojdeme k tomu, že některý z kroků kosmetické rutiny byl opomenut nebo pozmeněn. Nakonec ale tyto drobné karam-



boly vždy utužily vzájemnou důvěru, která klientky přivedla zase na správnou cestu.

Doslechla jsem se, že ráda používáte pleťové masky. Která by v období dovolených neměla žádné ženě ve výbavě chybět?

Všechny masky GERnétic jsou úžasné. Ale mojí srdeční záležitostí je Hydra Ger. Hydrataci potřebuje pokožka, má-li být vitální, celoročně. Obsahuje např. výtažek z kvasnic, homarin, kaolín, kyselinu aleuritickou, podporuje hloubkovou hydrataci a pleť stimuluje, aby dobře přijímala další aktivní látky. Klientky mají rády její jednoduchou a rychlou

aplikaci. Vždy by se ale měla kombinovat s krémem Synchron. Mimoto je to jeden z mála produktů, který bych si určitě nezapomněla přibalit na dovolenou. Pokud se spálíte, na noc namažte tuto masku a přes ni krém Synchron. Osvěží, stáhne horkost a akceleruje regeneraci sluncem poškozené kůže.

Mnohé ženy jsou podnikatelkami, manažerkami, maminkami v jedné osobě. Máte osvědčený tip či strategii, jak vše zvládat s přehledem, bez stresu?

Moje rodina je pro mě oporou, představuje zázemí, které mne neskutečně naplňuje. Zvládnout roli maminky bylo náročné, ale jak děti trochu odrostly, našla jsem prostor, abych se zase mohla věnovat profesi kosmetičky. Rodina to pochopila, potomstvo ví, že je pro mne práce důležitá, a kdykoli mám „na programu“ klientku, respektuji to. Během těch několika let jsem urazila obrovský kus cesty, uvědomila si, že jako ženě se mi vrátilo sebevědomí, které někdy muselo jít s mateřstvím stranou. Byla tady celá řada tehdy důležitějších priorit. Ale objevila jsem, že to profesní ve mně zůstalo nedotčeno a na tom jsem začala stavět. Povolání kosmetičky umožňuje flexibilitu, a navíc vlastní salon znamenal, že budu pracovat podle svých představ, což mne těšilo. Receptem, jak to vše skloubit dohromady, je dobré plánování. S dětmi si každý večer společně sedneme a probereme program na následující den. Ony vědí, co mne čeká, a naopak. Víme, na čem nám záleží, a všichni to pak bereme jako týmovou spolupráci.



foto Kateřina Šimková

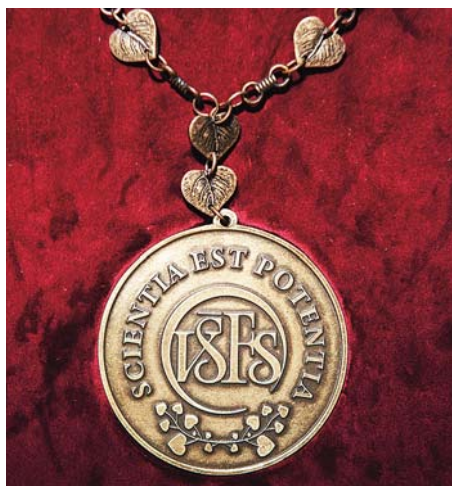
ptala se Kateřina Šimková

Často se zdá, že školství a fotbalu rozumí každý

Rektorku Bohuslavu Šenkýřovou znám od okamžiku, kdy se svým prvním týmem uváděla do provozu Vysokou školu finanční a správní v Praze. Od té doby se nezměnila. Ano, jak podotkla v jedné ze svých odpovědí tohoto rozhovoru, je snílek. Ale také v tom nejlepším slova smyslu neústupný realizátor velkých projektů i drobných nápadů, jimiž ostatním i sama sobě umí dělat radost. Když situace dovolí, je plná emocí a humoru, o volném čase by procestovala světa kraj. Je to manažerka nesmlouvavá, přísná i laskavá. Mezi kolegy má respekt, a nejen proto jí věří. Síla její osobnosti dává ostatním jistotu i odvahu. A když vám třeba i na velkém fóru s chutí „skočí kolem krku“, víte, že je to upřímné, že to hřeje u srdce a odpovídá i na časem nevyřčené otázky.

VŠFS je značka, která má na půdě vysokoškolských aktivit velké renomé. Ale není to jen vysoká škola, kterou jste založili. Co vše si dnes můžeme představit pod společenstvím škol? A hlavně – bude se dále rozrůstat?

Společenství škol představuje volné spojení několika subjektů: Kouzelné školy – mateřská a základní, které pracují systémem Montessori, Bankovní akademie, která provozuje osmileté gymnázium Kodaňská a střední odbornou školu, a konečně Vysoká škola finanční a správní – univerzita, která nabízí bakalářské, navazující magisterské a doktorské studium v Praze, Mostě a Karlových Varech. Momen-



Bohuslava Šenkýřová

tálně jsme se rozrostli o ubytovací campusy, a co bude dál, to se uvidí.

Letos slavíte dvě slavná výročí. Jaká to jsou? A jaké zkušenosti z podnikání v oboru soukromého školství ta léta přinesla?

Bankovní akademie oslaví 25 a VŠFS 20 let od svého založení, přičemž status univerzity jsme získali před deseti lety. Kouzelné školy vznikly také před deseti lety. Zkušenosti jsme získali hodně. Například fungovat v turbulentním prostředí. Pracovat

v podmínkách, které ne vždy se mění k lepšímu. Mluví se o podnikání, ale uvědomujeme si, že jde o regulované oblasti a rozhodně nemůžete „podnikat“ zcela podle svého. Bohužel, mění se i vztah rodičů, pedagogů i žáků a studentů ke škole. Ta proměna je vidět už od mateřské školy až po vysokou. Určitě náš projekt by mohl být zkoumán sociology a možná by přinesl zajímavá zjištění. A přesto nás to baví. Pracovat s mladými lidmi je často inspirativní a alespoň mě hodně naplňuje.

V květnu jste v Praze otevřeli nové a velké ubytovací prostory zejména pro zahraniční studenty...

Vysoká škola finanční a správní je univerzita, na které přibližně každý třetí student je ze zahraničí. A internacionální charakter chceme dlouhodobě udržet. Proto je logické, že musíme

me hlavně pro zahraniční studenty zajistit ubytování. Bez toho nemají šanci žádat o vízum. Před několika lety jsme zrekonstruovali první campus se 70 lůžky a před několika dny jsme otevřeli druhý na Smíchově se 140 lůžky. Objekt – de facto dva bytové domy – nabízí nadstandardní prostředí s komfortními službami. To vše téměř v centru Prahy a za přijatelné ceny. Věřím, že při současném nedostatku bytů

1+1 a ostatních ubytovacích kapacit pro studenty je toto dobrá zpráva. A podle zájmu o ubytování nejen pro letní měsíce, ale i na příští akademický rok (kapaci-

ta je naplněna téměř na 100 %), jsme udělali dobrou investici.

Už od začátku svého působení nabízela Vysoká škola finanční a správní další vzdělání také podnikatelům a manažerům, kteří si chtěli zdokonalit své znalosti. O jaké obory dospěláci stáli tehdy a co si přejí studovat dnes?

Naše univerzita od založení má akreditované nejen prezenční, ale i kombinované studium. Od studijních oborů Veřejná správa a Řízení podniku a podnikové finance (o které je zájem stále!), přibýly další silně zastoupené obory – Marketingová komunikace, Kriminalistika, Bezpečnostně právní studia, Finance atd. Patříme pravděpodobně mezi soukromé vysoké školy s nejširší nabídkou oborů (v současnosti se mluví o studijních programech), ke kterým

Slíbila jsem kolegyním a kolegům, že už se do ničeho nového vrhat nebudu. No, moc mi to nevěří.

vedle bakalářského máme akreditováno i navazující magisterské studium.

Škola získává stále větší počet akreditací. Je to výsledek vysoké konkurenceschopnosti?

V poslední době procházejí všechny vysoké školy procesem nových akreditací podle velice přísných kritérií. To, že v současnosti již máme téměř všechny studijní programy nově akreditované, některé i v anglickém jazyce, jistě vypovídá o kvalitě naší univerzity.

Hodně se diskutuje o nutných změnách ve výuce napříč celým školstvím v České republice, mnozí volají po tom, aby se mladí lidé učili to, co budou skutečně v životě potřebovat, aby uměli jinak pracovat s informacemi, aby dokázali naplňovat potřeby české ekonomiky, aby byli zaměstnatelní. Dává vám to smysl?

Hodně se diskutuje – to jste řekla správně. Skutečně často se zdá, že školství a fotbalu rozumí každý a může do toho mluvit. A potom to tak vypadá. Fotbal i školství! Vidím to i v rámci našeho malého Společenství škol. Copak „mladí lidé“ opravdu vědí, co budou v životě potřebovat a co potřebovat nebudou? Copak vědí, kde za 10, 15 let budou pracovat? Nemělo by se to nechat spíše na celostátní strategii, která propojí hospodářskou, inovační a „školskou“ strategii? Která poněkud zreguluje střední školy a učiliště a vysoké školy, aby za nemalé dotace ze státního rozpočtu (soukromé vysoké školy jsou financovány jen z vlastních finančních zdrojů) – jednoduše řečeno – připravovaly žáky a studenty na budoucí potřeby podniků a státu? To není o diskuzi se žáky a rodiči, zda má být maturita z matematiky, či nikoli. To je o tom, zda matematické myšlení maturant potřebuje a zda je matematika kvalitně vyučována.

Bankovní akademie oslaví 25 a VŠFS 20 let od svého založení, přičemž status univerzity jsme získali před deseti lety. Kouzelné školy vznikly také před deseti lety. Zkušeností jsme získali hodně. Například fungovat v turbulentním prostředí.

Na VŠFS jsou studijní programy s velmi náročnou matematikou – např. Aplikovaná informatika – i studijní programy, kde není matematika žádná – Regionalistika a veřejná správa, Kriminalistika aj. Sledujeme, jak si naši absolventi vedou v praxi – jsou jedinci velmi výjimeční, jsou i tací, kteří odejdou ze školy, a už o nich není slyšet. Ale podle zájmu o naše absolventy snad mohu tvrdit, že jsou dobře připraveni.

A vede komercializace života opravdu k tomu, že vzdělanost národa upadá?

A proč by měla? Jednak netvrdím, že vzdělanost našeho národa

upadá. Jak u koho a jak v čem. Školy se mění tak jako život sám. Osobně nezastávám názor, že ve škole mají „velet“ žáci nebo rodiče. Ale dialog se musí vést stále. Úroveň školy se bude vždy odvíjet od jejího vedení a pedagogů. Je pravda, že někdy jsou žáci i rodiče agresivnější, než tomu bylo za našich školních let. Ale dobrý ředitel

a učitel si s tím musí poradit. Výsledky českých žáků a studentů v mezinárodním srovnání nejsou špatné, i když v některých aspektech – např. práce v týmech, sebe prezentování – mají ještě co dohánět.

Škole jste věnovala kus života. Profesního i osobního. Co bylo manažersky nejnáročnější? Ukočirovat čas? Sestavit tým? Navodit atmosféru dobré spolupráce? Správně nastavit obchodní model škol?

Čas je nekonečný, jak říká jeden náš kolega. Úspěch je o tom všem dohromady. Víze, správné nastavení priorit, tým spolupracovníků, motivace a umění přesvědčit ostatní. S přibývajícím věkem mám pocit, že čas plyne čím dál rychleji, ale díky skvělým spolupracovníkům, kteří jsou mi po boku pěknou řádku let, a díky školskému prostředí mám pocit, že nestárneme.

Když se za těmi dvaceti lety ohlédnete, nač vzpomenete především? Splnil se váš sen? Zapochybovala jste někdy o správnosti cesty, po níž jste se vydala?

Nikdy jsem nezapochybovala o správnosti projektu, i když byly i velmi těžké chvíle. Jsem snílek, často sním s otevřenými očima. Každý rok zas a znova se vrháme do nového školního roku – absolventi odcházejí a noví studenti přicházejí. Je to radostná práce, která nikdy nekončí.

Spousty energie, optimizmus, vynalézavost a neskutečná houževnatost, to jsou vaše vlastnosti. Přemýšlíte o dalším projektu, který by doplnil vaše aktivity?

Děkuji za kompliment. A nový projekt? Momentálně jsme otevřeli nový campus se 140 lůžky. Bylo to velké sousto a hodně nás vyčerpalo. Slíbila jsem kolegyním a kolegům, že už se do něčeho nového vrhat nebudu. No, moc mi to nevěří. Tak snad ještě ten Konfuciovův institut...

otázky připravila Eva Brixl ■■■



Česká firma vyvinula unikát: opalovací krém s přírodním UV filtrem

Česká firma Nafigate Cosmetics spolu s vědci z Nafigate Corporation vyvinula opalovací krém, který k ochraně před UV zářením využívá přírodní polymer. V oceánech každý rok skončí tisíce tun opalovacích emulzí, které se smyjí z pokožky. Většinou jde přitom o krémy s chemickými filtry, které následně škodí mořskému ekosystému. Využívání přírodního UV filtru by mohlo tento problém vyřešit.

V opalovacím krému plní roli UV filtru přírodní polymer P3HB. Chce tak řešit problém chemie, která se uvolňuje z běžných opalovacích krémů. „Do moře se ročně dostane asi 14 000 tun opalovacích krémů, většina z nich přitom využívá chemické UV filtry, které škodí mořským živočichům i rostlinám. S vědci z Nafigate Corporation a VUT jsme tedy řešili otázku, zda existuje nějaký přírodní materiál, který by ochránil pokožku před UV zářením stejně účinně jako běžné filtry,“ řekl Ondřej Mynář, ředitel Nafigate Cosmetics. Ukázalo se, že vhodné vlastnosti má přírodní polymer P3HB, který firma využila už loni jako ekologickou náhradu mikroplastů v peelingu. „Zjistili jsme, že přírodní polymer P3HB

chrání pokožku před UVA i UVB paprsky, a navíc účinkuje hned po aplikaci. Je přitom takzvaně biokompatibilní, takže neškodí člo-



věku ani přírodě,“ popsal vlastnosti látky Ondřej Mynář. Opalovací krémy s chemickými UV filtry naopak podle výzkumů škodí lidem i zvířatům. Často využívaný syntetický filtr oxybenzon může u člověka vyvolat alergickou reakci a hormonální změny, u zvířat dokonce změnu pohlaví nebo genetické mutace. Havaj a Palau jsou první státy, které používání chemických opalovacích přípravků zakázaly, především kvůli ochraně korálových útesů. Opalovací krém s přírodním UV filtrem je zatím možné koupit online v e-shopech Nafigate Cosmetics a Lékarna.cz. „Jsme rádi, že můžeme na český trh uvést novinku z laboratoře českých vědců a české kosmetické firmy. Právě teď je doba, kdy lidé začínají nakupovat opalovací krémy, a my jim chceme nabídnout i ekologickou variantu. Nejde přitom jen o koupání v moři, přírodní filtr je šetrnější i k životu v českých rybnících. Smysl dává také používání tohoto opalovacího krému ve městě, protože chemické látky se do přírody dostávají i v odpadních vodách,“ uvedl Karel Klodner, ředitel e-shopu Lékarna.cz. Na výrobě krému se kromě Nafigate Cosmetics, Nafigate Corporation a VUT podílela ještě společnost Chemservis. (tz)

Ženy jsou v práci spokojenější než muži a častěji si vybírají zaměstnání, které je naplňuje

Přestože zaměstnankyně stále pobírají výrazně nižší mzdu než jejich mužské protějšky, jsou to právě ony, které jsou dle aktuální studie společnosti Personal Group ve svém povolání šťastnější. Na svou práci jsou více hrdé, pracují rovněž s větším nadšením. Podle odborníků si totiž ženy častěji než muži vybírají takové zaměstnání, které je zajímavé a naplňuje. Nejvíce spokojené jsou pak ředitelky a majitelky firem.

V oblasti rovnocenných pracovních výtěžků žen a mužů na tom Česká republika není příliš dobře, v průměru činí rozdíl mezi platem muže a ženy 22 %, v sektoru vysokoškolsky vzdělaných zaměstnanců je to pak až 29 %. Příčin je hned několik a je mezi nimi například i fakt, že ženy v tuzemsku čerpají delší mateřskou a rodičovskou dovolenou, než je ve zbytku Evropy i světa zvykem, čímž se jim krátí doba, kterou mohou věnovat rozvoji kariéry. Velmi často je důvodem nerovného odměňování obou pohlaví též to, že si ženy nedokážou otevřeně říci o zvýšení platů a pasivně čekají, až je zaměstnavatel sám ocení. Přesto jsou ženy v práci oproti

mužům šťastnější, jsou na svou práci více hrdé a pracují s větším nadšením. Zjistila to nejnovější studie firmy Personal Group, jež se zabývá službami pro zaměstnance. Z dat zmíněné studie vyplynulo, že vždy nebo velmi často se v práci cítí šťastně téměř 45 % žen oproti zhruba 35 % mužů. „K tomuto rozdílu může přispívat to, že si ženy častěji než muži vybírají takové zaměstnání, které je zajímavé a naplňuje. Muži jsou v tomto ohledu poněkud zatíženi vžitou tradicí muže jakožto živitele rodiny, takže si mnohdy vybírají takovou práci, která jim poskytuje lepší finanční podmínky, a příliš nehledí na to, jaký k ní mají osobní vztah či jak koreluje s jejich zájmy a hodnotami,“ řekla personalistka Gabriela Koděnková ze společnosti Talentica.cz zaměřující se na nábor technicky zaměřených pracovníků. Její slova potvrzují i závěry dané studie: zatímco 55 % žen cítí, že je jejich práce většinu času smysluplná, totéž platí jen pro 48 % mužů. Necelých 61 % mužů a něco málo přes 63 % žen by pak učinilo šťastnějšími zvýšením platů. Obě pohlaví pak jako nejdůležitější v práci hned po výši platů shodně označila

uznání, přičemž o něco podstatnější je pro ženy (47 %) než pro muže (40 %). Ženy dále podle výsledků studie pracují s větším nadšením – nadšených ze své práce je často či téměř vždy asi 43 % žen. U mužů je to 36 %. Ze všech pracovníků jsou pak ze své práce nejvíce nadšené ženy na vedoucích pozicích – konkrétně ředitelky či majitelky firem (téměř 88 %). Co se týče hrdosti ohledně své práce, jsou na tom obě pohlaví podobně, ale opět mírně vedou ženy: na to, co dělají, je většinou hrdých 33 % mužů a 35 % žen. Hrdost na vykonávanou práci přitom stoupá podle toho, jak vysoko na kariérním žebříčku se pracovníci nacházejí. Zatímco na nejnižších pozicích je to 31 % žen a asi 24 % mužů, hrdých majitelek a ředitelek je necelých 63 %, majitelů a ředitelů poté zhruba 56 %. „Zajímavostí ale je, že zatímco ženy na postu ředitelek či majitelek firem se z drtivé většiny těší do práce hned po ránu, 44 % mužských ředitelů a majitelů chodí ráno do práce natěšené jen velmi zřídka nebo vůbec. U nejnižších pozic se po ránu do práce obvykle netěší 51 % žen a 50 % mužů,“ uzavřela Gabriela Koděnková. (tz)

Dovolená jedině s cestovním pojištěním

Letecký zájezd do teplých krajín nebo sportovní a turistické aktivity doma i v zahraničí jsou obvyklým způsobem využití dovolených v období letních prázdnin. „Stejně jako loni, i letos se předpokládá velký zájem Čechů o cestování, zejména v průběhu července a srpna. Stále více Čechů touží zažít také exotiku, a právě v zemích mimo EU je kvalitní cestovní pojištění naprostou nezbytností,“ řekl Jan Vlček, obchodní ředitel Slavia pojišťovny.

Výše nákladů na poskytnutí první pomoci v případě úrazů v zahraničí, stejně jako léčebné výlohy v případě nemoci, je obvykle nemalá. „Pokud nemáte sjednáno cestovní pojištění a během dovolené v zahraničí musíte vyhledat lékařskou pomoc, může částka za ošetření cizelně narušit rozpočet vaší domácnosti,“ upozornil Jan Vlček.

Výčet rizik, která mohou při cestách do zahraničí hrozit, je ale mnohem širší. Slavia pojišťovna nabízí řadu variant pojištění, které pokrývají například zpoždění či zmeškání letu, opožděné dodání vašich zavazadel, jejich zničení živelní událostí, poškození, zničení nebo odcizení. Důležitou součástí cestovního pojištění Slavia pojišťovny je také pojištění odpo-

vědnosti vůči třetím osobám (pro případ způsobení škody na majetku, zdraví či vznik nemajetkové újmy), pojištění proti ztrátě nebo odcizení dokladů nezbytných pro návrat do ČR nebo i krytí rizika nevyužití již uhrazené dovolené z důvodu vážného poškození bytu nebo domu, hospitalizace, přírodní katastrofy nebo tragických rodinných událostí. Cestovní pojištění Slavia pojišťovny je možno sjednat pro osoby se vstupním věkem od 0 let. V nabídce pojišťovny je i rodinná varianta, která počítá se dvěma dospělými a třemi dětmi. Pokud se na cesty vydáváte se čtyřlůžkovým členem rodiny, i jeho léčebné výlohy a další rizika lze pojistit a vyhnout se nenadálým výdajům na veterinární léčbu až do hodnoty 30 000 Kč. Při cestě vlastním automobilem se může hodit krátkodobá autoasistence pro vozidla do 3,5 tuny. Potenciálním rizikem je i vícedenní nepřítomnost obyvatel vašeho domu či bytu. „V loňském roce postihlo vloupání do rodinných domů více než 1500 jejich majitelů. Zloději se zajímali o elektroniku, šperky, hotovost, ale také starožitnosti či umělecká díla. Jen Slavia pojišťovna v rámci pojištění domácnosti v tomto období za tyto pojistné události uhradila klientům řádově statisíce korun,“ uvedl Jan Vlček. „Právě proto je krátkodobé pojiště-

ní domácnosti zařazeno do naší doplňkové nabídky cestovního pojištění. Svoje cesty si tak mohou opravdu v klidu užít i ti, kteří se pro dlouhodobé pojištění svého bytu či rodinného domu dosud nerozhodli.“

Poměrně oblíbeným způsobem nákupu zimních zahraničních zájezdů je využití last minute nabídek cestovních kanceláří. Nejen v takovém případě je efektivní a rychlé využít pro sjednání smlouvy přehledného portálu přímo na internetových stránkách Slavia pojišťovny. „Ke vzniku smlouvy dochází v okamžiku úhrady sjednaného poplatku, veškeré doklady odcházejí klientovi přímo do e-mailové schránky okamžitě po jejím sjednání. Není ani třeba se obávat, že v době stresu před odjezdem na úhradu pojistného zapomenete. Sami naše klienty na splatnost v případě potřeby včas upozorňujeme prostřednictvím textové zprávy do mobilního telefonu či e-mailem. Všechny nabídky v systému jsme také rozdělili do věkových kategorií tak, aby jednotlivé druhy pojištění byly připraveny přesně pro předpokládané zájmy pojištěnců. Nabízíme tedy pojištění pro dítě do 18 let, dospělé do 70 let, seniorům nad 70 let a v neposlední řadě zvýhodněné pojistné pro rodinu, tedy dva dospělé a jedno až tři děti,“ připomněl Jan Vlček. (tz)

INZERCE

BAZÉNOVÁ CHEMIE PROBAZEN®



- pro zahradní a rodinné bazény
- pro veřejné bazény
- pro vířivky, wellnes a aquacentra

PROVĚŘENÁ KVALITA

- ✓ Pozitivní reference v lázních ČR a SR
- ✓ Dodávky do mnoha zemí Evropy



Poradíme Vám!

www.peceovodu.cz

Odborník na úpravu vody

Proxim

Výrobce: **PROXIM s.r.o.**
Stará Obec 318,
533 54 Rybitví

telefon: 466 530 357
www.proxim.cz

V Evropě vydělávají méně než muži na stejné pozici

Mezinárodní síť platových portálů Paylab uskutečnila aktuálně průzkum, kdy porovnávala, jak se liší odměny na srovnatelných pozicích. V zemích zapojených do průzkumu, zejména z regionu střední Evropy, Pobaltí a Balkánu, je rozdíl mezi ohodnocením žen a mužů na srovnatelné pozici 9 %. V rámci EU přináší do domácnosti plat šest z deseti žen.

Průměrný platový rozdíl na identické pracovní pozici mezi mužem a ženou je v průměru 9 % v neprospěch žen. V ČR je dokonce na úrovni 10 %. Tento údaj má lepší vypovídací hodnotu než pouhé porovnání mezd, protože srovnáváme odměnu za výkon stejné pracovní náplně, kde se požadují přibližně stejné pracovní předpoklady, jako například praxe, vzdělání a dovednosti.

„Platový náskok mužů způsobuje zejména kariérní pauza žen z důvodu mateřství. Ženy častokrát musejí volit práci, která je méně časově náročná, aby zvládly rodinné i pracovní povinnosti. V porovnání s muži také méně aspirují na řídicí pozice,“ komentoval důvody Michal Novák za Platy.cz.

Za gender gap také stojí orientace žen na méně placené pozice. Mají převahu v odvětvích, jako je administrativní, účetnictví, zdravotnictví a sociální péče, personalistika, školství či farmacie. Muži převažují v nejlépe odměňovaných oblastech, jako je IT, management, doprava a logistika, stavebnictví, energetika, telekomunikace, průmysl a technika. Mezi odvětví, která mají vyváženější zastoupení mužů a žen, patří obchod, umění a kultura, bankovníctví, marketing, cestovní ruch a služby.

Průměrný rozdíl odměňování mužů a žen na identické pozici

Litva	-11 %
Lotyšsko	-10 %
Bulharsko	-10 %
Česká republika	-10 %
Slovensko	-9 %
Maďarsko	-9 %
Rumunsko	-9 %
Estonsko	-9 %
Slovinsko	-8 %
Chorvatsko	-6 %

zdroj: Paylab



Firmy se v současnosti snaží více podporovat diverzitu na pracovištích a vytvářet ženám takové pracovní podmínky, aby měly rovné příležitosti a motivaci vrátit se z rodičovské paury na pracoviště co nejdříve.

Práce ženám dává prostor větší finanční nezávislosti na mužích. Postupně se ve společnosti mění vnímání žen v otázce profesionální realizace, ale i celkové svobody svého směřování v soukromí. „Generace mileniálů má v současnosti mnohem více pracovních příležitostí a lepší kariérní perspektivy, než měly minulé generace. Ženy z této skupiny mají také více sebevědomí a vyšší ambice. Přispívá k tomu i podpora diverzity ve firmách, kde se klade větší důraz na pestrou skladbu zaměstnanců. Ta je také projevem vyspělosti firemní kultury, kdy je největším přínosem různorodost pohledů a přístupů v řešení pracovních úkolů,“ řekl Michal Novák.

Návrat žen do práce po kariérní pauze nebývá lehký. Kolegyně, které jsou zároveň matkami dětí do 10 let, potkáva na pracovišti 37 % zaměstnanců. Nejvíce s nimi spolupracují pracovníci zákaznické podpory, textilního průmyslu, státní správy a bankovníctví. Vyplývá to z mezinárodního průzkumu Paylab Diversity Study 2019.

„Kolegyně-matky jsou zaměstnanci vnímané nejpozitivněji ze všech skupin monitorovaných v průzkumu. Až téměř 32 % respondentů se v průzkumu vyslovilo, že jsou rádi, že takové kolegyně na pracovišti jsou. Lidí, kterým jejich přítomnost vysloveně překáží, jsou na pracovištích jen asi 2 %. Nejotevřenější přístup k matkám na pracovišti je ve Finsku a v Chorvatsku. Naopak nejmenší míru otevřenosti jsme zaznamenali na Slovensku. Právě na Slovensku a v České republice zažívají

zaměstnanci nejnižší pracovní interakci s matkami v kolektivech,“ shrnul výsledky průzkumu Michal Novák.

V Evropské unii je zaměstnanost žen na úrovni 66,5 %. Rok od roku se zvyšuje počet žen, které přispívají do domácího rozpočtu příjmem z pracovní činnosti. Zaměstnanost žen v EU vzrostla podle údajů Eurostatu za poslední desetiletí o více než 6 %. Největší progres dosahují na Maltě, v Německu a v novějších členských zemích EU – především v Polsku, Bulharsku a v Maďarsku, kde růst zaměstnanosti žen za posledních deset let přesáhl 10 %. Celkově je v EU zaměstnaných o 11,5 % více pracovních aktivních mužů než žen. Tradice pracujících žen je v zemích Evropy různá a závisí na mnoha faktorech. Země, kde je zaměstnanost obou pohlaví nejvyváženější, jsou hlavně severské státy jako Litva, Finsko, Norsko, Švédsko a Lotyšsko, kde je rozdíl v zaměstnanosti mužů a žen pod úrovní 5 %.

Na druhou stranu spektra, kde jsou rozdíly v zaměstnanosti mužů a žen nejvyšší, patří Malta, Itálie, Řecko, Rumunsko, ale i země střední Evropy jako Česká republika, Maďarsko, Polsko a Slovensko.

„Na zvyšování ženské participace na trhu práce má velký vliv i nabídka míst na zkrácený úvazek, která je nejširší v Holandsku, Rakousku a v Německu. Ty poskytují lepší možnosti na sladění pracovního a rodinného života,“ potvrdil Michal Novák. Podle údajů portálu Paylab je nejatraktivnějším nefinančním benefitem současnosti především časová flexibilita. Roste počet firem, které svým zaměstnancům nabízejí pohyblivou pracovní dobu, možnosti práce z domu a také více dní volna. I tyto nefinanční benefity povzbuzují ženy, aby šly do zaměstnání. (tz)

Chytré služby ano, robot v hotelu ne

Technologie pronikají nejen do výrobních oborů, ale vytvářejí i podobu moderních služeb. Kam až je pustíme, kam už nikoli a proč stále nevyužíváme jejich možnosti, o tom jsme hovořili s Viliamem Sivkem, generálním ředitelem společnosti Sivek Hotels a předsedou Fóra cestovního ruchu ČR.

Mohou i dnes hotely a restaurace fungovat bez chytrých služeb?

Mohou, ale velmi špatně. A ti, co nepoužívají chytrých služeb, si kopou ve svém podnikání vlastní hrob.

Co se v branži během vašeho profesního života změnilo po technologické stránce?

Podnikám 30 let a pamatuji dobu, kdy jsme vyplňovali hotelové štafle na jednom velkém papíru a objednávky řešili pomocí faxu, kdy jsem si opisoval telefonní čísla zahraničních autobusů, které jezdily Prahou. Dnes žijeme v době, ve které je bezpodmínečně nutné věnovat maximální pozornost moderním technologiím, online systémům, marketingu. Efektivně zkrátí pracovní proces, který vede k úspoře času i k markantnímu případnému snížení počtu pracovníků, kterých je v segmentu mého podnikání absolutní nedostatek. Uvedu příklad: V roce 1990 pracovalo na našem rezervačním oddělení 16 osob, dnes tu samou práci zvládá šest spolupracovníků. Investice do oblastí, o které hovořím, usnadňují naši práci a přinášejí zejména ekonomický efekt.

Proč by se měl venkov více otevřít službám 4.0?

Práce kolegů v regionech je podstatně složitější než v Praze. Stačí se podívat na některé webové



Viliam Sivek

stránky menších hotelů, či penzionů a zjistíte, že jediný prodejní kanál je Slevomat a sem tam Booking. Většina menších hotelů a penzionů není ani schopna kvůli zastaralým systémům dodržovat paritu prodejních cen a neumí využívat tolik potřebných marketingových služeb. Když si chcete online objednat ubytování na jejich webu, vyskočí na vás formulář a vinou zastaralého systému práce čekáte na odpověď, zda je, či není volný pokoj, 24 hodin. Klient však vyžaduje okamžitou informaci. Vezmete-li v úvahu Analýzu k digitalizaci služeb, kterou zpracovala Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR, tak 70 % OSVČ nemá založen ani Facebook, podnikatelům chybí osvěta a vzdělání v této oblasti, nikdo jim nepomohl přes to, že malé a střední podnikání je základem ekonomiky naší země. Tady stát selhal. Podnikatelé na venkově nemají čas jezdit za moudrem do Prahy, a tak je bezpodmínečnou nutností jakékoli vzdělávací akce realizovat po malých oblastech. Je třeba si uvědomit, že práce v malých městech a na vesnicích směřem k získání

zákazníka je podstatně těžší a diametrálně odlišná od práce ve velkých městech.

Přenecháte robotům a elektronice i takové služby, kde se lidé setkávají s lidmi, například práci v recepci, předkládání elektronických jídelních lístků, případně samotnou obsluhu?

Vím, kam míříte... Víte, já jsem ze staré školy a jsem přesvědčen, že služby v hotelnictví i gastronomii vyžadují osobní kontakt se zákazníkem, vytvoření atmosféry vřidnosti, a tu robot v recepci ani elektronický jídelní lístek nevytvoří. Zákazník vyžaduje hýčkání. A až nastane doba, kdy místo svíčkové či kulajdy dostanete tabletku, potom číšníka či servírku v restauračním provozu nebudete potřebovat.

Čím by měly stát a veřejná správa, kraje a obce přispět k digitalizaci služeb?

Rychle se začít systematicky věnovat vzdělávání a osvětě, přiblížit všem podnikatelům možnosti, které chytré služby nabízejí. Zařadit do dotačních titulů možnosti čerpání finančních prostředků na nové technologie. Je třeba naučit podnikatele, jak rychle získat svého klienta a naučit je jednoduše a srozumitelně na konkrétních příkladech, co chytré služby umožňují.

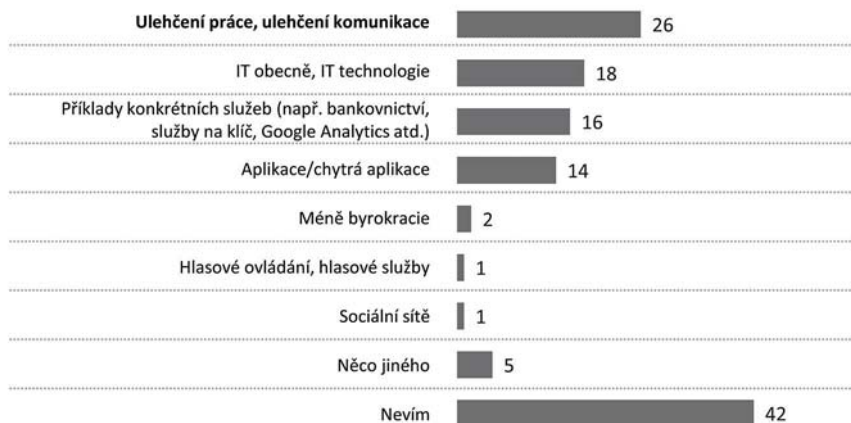
Jaké příležitosti se turistickému ruchu v ČR nabízejí a jak je dokážeme či nedokážeme využít?

Stačí se podívat na portál CzechTourismu Kudy z nudy, najdete zde stovky poutavých akcí a příležitostí jak využít svůj volný čas. Naše země je kulturním pokladem Evropy s nepřeberným množstvím památek, bohužel stále však nedokážeme dostat turisty z koncentrovaných míst, jako je Praha, Český Krumlov, Kutná Hora do odlehlých regionů. Neumíme využít obrovský potenciál vesnické turistiky a agroturistiky, tak jako je tomu v Německu, v Rakousku nebo ve Francii. Docílit rozptýlení domáckých a zahraničních návštěvníků je problém jak nejednotnosti marketingu, tak i nevyužívání tolik potřebných chytrých služeb, které nám dnešní doba nabízí. Úspěšný podnikatel bude ten, který dokáže bleskově reagovat na potřeby a přání svých klientů i na způsob poskytování služeb, které nabízí.

Co byste jako majitel úspěšné rodinné firmy chtěl jednou zanechat svým následovníkům?

Především dobrou, zajímavou příležitost seberealizace v atraktivním oboru, ve kterém podnikám.

Představa o pojmu chytrá služba v %



zdroj: AMSP ČR

za rozhovor poděkoval Pavel Kačer

Příběh o toustech a kousek marketingu k tomu

Jsou lidé, do jejichž životů vstoupil marketing jako disciplína srdce, jako vztah k životu, jako požehnání z nebe. Martin Dolský, manažer marketingu ve společnosti Penam, a.s., je kreativcem, který si zaslouží uznání. Jako výtečného marketéra ho ocenila také skupina odborníků soutěže Marketér roku 2018, již pořádá Česká marketingová společnost. Martin Dolský si letos v květnu v Praze přebírá Malého delfína, jedno z prestižních ocenění za komunikaci nové produktové řady. A tou je příběh o toustech, které se vyrábějí v Herinku u Prahy.

Měla jsem možnost nový závod projít ihned po uvedení do provozu loni na jaře i letos, po roce. Co se tu změnilo?

Za ten přibližně rok od slavnostního spuštění linky se podařilo dokončit rozsáhlou mediální kampaň a výrobně pekárnu naplnit nad stanovený plán i kapacitu! Přestože jsme výrazně snížili sortiment toustů, prodáváme dnes o 16 % více. Je to výsledek celého našeho týmu, unikátních technologií a obchodníků. Velký dík patří také našim odběratelům, kteří do toho šli s námi a dali do toho spoustu energie.

Proč lidem vaše tousty tolik chutnají?

Chtěli jsme mít nejlepší tousty v Evropě, což nebyl malý cíl! Proto byl ale celý vývoj postaven na základě nejnovějších trendů a vlastních průzkumů i výzkumů. Vsadili jsme díky tomu na pšeničný kvas, který dělá fantastickou vůni těsta a udrží toust déle vláčný. Pak jsme spustili i unikátní vakuový hnětač, který umí toustu dodat neuvěřitelně jemnou střídku. A v neposlední řadě balíme tousty v ultra čistém prostředí (vzduch filtrují hepa filtry), takže nepotřebují žádný konzervant. Důležitá je sa-



Ing. Martin Dolský

mozřejmě i mouka, je výhradně z našich mlýnů a z českého obilí. V Herinku u Prahy prostě stojí unikátní toustová linka, kterou nikdo jiný v ČR nemá a jsme na ni pyšní.

Ale také jste hodně porovnávali...

Přivezli jsme 80 vzorků z deseti evropských zemí, ochutnávali jsme je a učili se od největších mistrů na tousty. Brali jsme v potaz desítky „detailů“ a nestačilo nám jen definovat tvar, vůni, chuť... za toustem se skrývá mnohem víc a jeho „esence“ je tvořena mnoha detaily, které dohromady tvoří Penam toust.

Kolik toustů dnes máte?

Světlý, máslový, vícezrnný a celozrnný. A je tu samozřejmě i oblíbená řada „amerických supersandwichů“. Zabýváme se i novinkami, ale nemohu zatím prozradit, co to bude.

Čím si právě tousty získaly takovou pozornost zákazníka?

Je to dáno současným životním stylem a kreativitou lidí. Všichni hledáme něco, co nám

chutná, vypadá super, je tak trochu univerzální z hlediska využití, poslouží k rychlé snídani či večeři nebo svačině a dá se dobře doplňovat například zeleninou, různými náplněmi, pomazánkami. Tousty jsou navíc i fotogenické, takže Instagram je jich plný!

Sázíte však také hodně na líbivý, emotivní marketing.

Ano, je to nedílná součást naší strategie. Chceme, aby si člověk tousty užil, aby měl z konzumace ten pravý požitek. Právě ta úžasná variabilita při používání toustového chleba je to, co lidi nejvíce baví. Navíc jsou tousty praktické. V balení máme 20 plátků, obal je dobře uzavíratelný, a jak jsem zmínil, toust má i delší trvanlivost. Všechny benefity se snažíme „prodat“ pomocí našich kampaní, které se snažíme promýšlet do nejmenších podrobností.

Jakýma očima se na tousty dívají spotřebitelé?

Médeia Research potvrdila, že Penam tousty jsou nejznámější značkou toustů na našem trhu. To je pro nás skvělá zpráva. Celkově zná naši značku toustového chleba 64 % obyvatel. Máme i vysokou míru jejich „doporučení“. Jsme za to moc rádi a jako poděkování jsme vytvořili sérii deseti vtipných videí, které naši zákazníci najdou na webu toustovani.cz

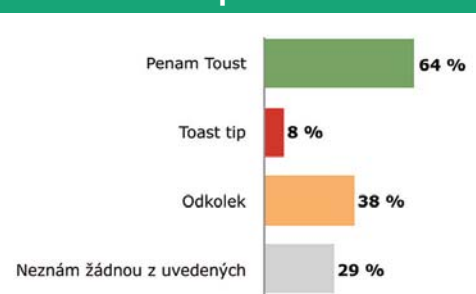
Penam je na trhu od roku 2000 a patří k předním pekárenským a mlynářským výrobcům ve střední Evropě. Marketing ho za tu dobu hodně proměnil...

Ano, dvakrát proběhla zcela zásadní změna vizuálního stylu a struktury portfolia a obalů. Byl to složitý proces a přidělali jsme lidem v pekárnách mnoho starostí, ale celkově to určitě stálo za to. Díky tomu je značka Penam tam, kde je, a já jsem moc rád, že jsem mohl být u toho.

ptala se Eva Brixí



Znalost značek pečiva



zdroj: Znalost a vnímání značek pečiva – Médeia Research 2019

České podniky volí financování nebankovními úvěry

České firmy stále častěji využívají financování pomocí nebankovních úvěrů. Obliba tohoto zdroje peněz u českých podniků dlouhodobě roste již od roku 2001. Souhrnný roční objem poskytnutých nebankovních úvěrů domácím firmám za posledních pět let vzrostl o 60 %. Vloni si české společnosti sjednaly nebankovní úvěry ve výši 56,7 miliardy korun a v roce 2017 ve výši 55,1 miliardy korun. V roce 2001 to bylo pouhých 1,8 miliardy korun. Údaje zveřejnila Česká leasingová a finanční asociace sdružující 44 nebankovních institucí. Dlouhodobě rostoucí zájem o nebankovní financování potvrzují i Dluhopisy.cz, největší a nejstarší inzertní portál s firemními dluhopisy v Česku.

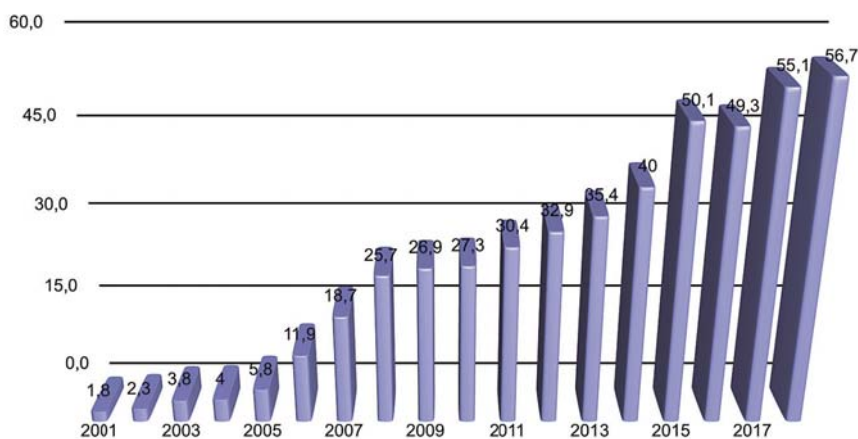


foto Shutterstock

V loňském roce si české podniky půjčily formou nebankovních půjček nejvyšší souhrnnou částku od roku 2001. Důvodů je podle Jiřího Mesároše, jednatele portálu Dluhopisy.cz, například u firemních dluhopisů hned několik: „Rychlá doba vyřízení, méně dokumentace, komunikace přes internet, a hlavně výrazně vyšší půjčované částky.“ K firemním dluhopisům dodal: „V současné době jsou hodně populárním řešením, jak mohou malé firmy získat peníze na svůj rozvoj. V porovnání se státními dluhopisy nabízejí investorům vyšší výnosy. Průměrný úrok dluhopisů inzerovaných na našem portále se pohybuje kolem 8 %. I zde platí pravidlo: čím vyšší výnos, tím vyšší riziko.“

Jednou ze společností, která se rozhodla financovat rozšíření své výroby pomocí nebankovního úvěru, je firma Mesaverde. „Jako výrobce bezlepkových bio snídaní jsme s našimi výrobky zaznamenali úspěch v Česku a okolních zemích. V následné fázi jsme chtěli expandovat do dalších států, včetně Číny, k čemuž jsme potřebovali větší investici. Banka nám ale nabídla jen jeden milion korun, což bylo žalostně málo. Nakonec jsme expanzi úspěšně zainvestovali 24 milionů, které se podařilo získat od soukromých investorů přes největší inzertní portál Dluhopisy.cz,“ uvedl Miroslav Borkovec, jednatel společnosti Mesaverde, a doplnil: „Velmi nás překvapilo, že takto velkou částku je možné bez větších problémů do-

Vývoj podnikatelských úvěrů členů České leasingové a finanční asociace (mld. Kč)



cela rychle sehnat v nebankovním sektoru. Jednání byla konstruktivní, věcná a rychlá.“ Výrobci z moravských Domaželic u Přerova se díky nebankovnímu podnikatelskému úvěru nakonec podařilo vybudovat úspěšné odbytiště v Číně a na Filipínách postavit svůj vlastní závod na zpracování exotického ovoce. Portál Dluhopisy.cz je jedním z významných poskytovatelů nebankovních financí. Za dobu své existence pomohl zafinancovat 90 projektů v celkové částce pohybující se kolem jedné miliardy korun. Dluhopisy od tohoto portálu na-

koupily již tisíce Čechů. Průměrně dosahují výnosu 8 % z půjčené částky. Zájem o tuto formu financování je dobře viditelný zejména u developerů. Mezi úspěšně splacené projekty formou dluhopisů patří například:

- Zámecký pivovar Frýdlant: dluhopisy.cz/dluhopisy-zamecky-pivovar-frydlant-2016
- TEPFAKTOR: dluhopisy.cz/dluhopisy-tepfaktor-7-2017
- Dvořák 2017: dluhopisy.cz/dluhopisy-dvorak-2017 (tz)

Flexibilní kanceláře potřebujeme stále více

Mimořádný růst odvětví flexibilních kancelářských prostor bude v Evropě dle nové výzkumné zprávy globální společnosti Colliers International, jež se zaměřuje na poradenství v oblasti nemovitostí, pokračovat i během následujících několika let. Praha se přitom zařadí mezi města, v nichž dojde k jeho největšímu rozvoji.

Zpráva Výhled pro flexibilní kancelářské prostory v roce 2019 ukazuje, že počet provozovatelů flexibilních kancelářských prostor na území Evropy za poslední čtyři roky stoupl o 135 %, přičemž objem center poskytujících flexibilní prostory se za stejné období zvýšil o 205 %. Tento růst byl zapříčiněn kombinací faktorů, jako jsou pružnější struktury zaměstnaneckých poměrů, růst tech a gig ekonomiky, posuny v oblasti firemní kultury a ve způsobech využívání prostor, podpora ze strany vlád či změny účetních systémů. Tyto ukazatele naznačují další budoucí růst. Vzhledem k tomu, že zájem o flexibilní kanceláře nevykazuje takřka žádný pokles, výzkumná data společnosti Colliers International indikují, že růst jejich využití by napříč velkými

evropskými městy v příštích třech letech mohl opět být až dvojnásobný. Z 22 evropských metropolí, jež společnost analyzovala, v období následujících tří let dvojnásobně stoupne plocha flexibilních kanceláří v osmi městech. Největší růst je mimo jiné předpokládán v Berlíně, Bukurešti, Mnichově a v Praze. Na konci roku 2018 bylo v Praze 41 flexibilních pracovišť s celkovou plochou 25 800 m², přičemž průměrná cena za pracovní stůl za měsíc se zde pohybovala na úrovni 390 eur a míra neobsazenosti činila 5,1 %. Londýn, z hlediska objemu flexibilních kancelářských prostor největší evropská metropole, přitom poskytuje 1023 flexibilních pracovišť na ploše 169 000 m² s průměrnou cenou pronájmu 820 eur za měsíc. Následuje jej Paříž s 108 300 m², Varšava se 107 000 m² a dále Berlín s 69 400 m². Na pražském trhu tento typ kanceláří představuje pouhé 1,2 % z celkových 519 000 m². K pronájmu většiny z nich došlo v roce 2018, přičemž jejich otevření je stanoveno na roky 2019–2020 a mezi společnostmi, jež prostory získaly, figurují jak velká mezinárodní jména jako WeWork a Spaces, tak lokální hráči jako HubHub. Colliers pak v Praze v sekto-



ru očekává další růst, byť možná ne ve stejném tempu jako během předchozích let. První coworking u nás byl otevřen v roce 2009 a většina center zaměřených na sdílení pracovních prostor v té době cílila na mladé kreativce, freelancery či nezávislé podnikatele, kteří chtěli být obklopeni podobně smýšlejícími lidmi. Tento trend se změnil v roce 2017, kdy se první coworkingová centra začala zaměřovat na korporátní klientelu – s otevřením prostor Work Lounge, a následně HubHub v roce 2018. První sdílené kanceláře třídy A o rozloze 1000 m² byly obsazeny až v roce 2016, od té doby se plochy 14 coworkingových společností působících v Praze rozrůstaly ročně pětinasobně až na dnešních 25 800 m². (tz)



Fejeton

Trocha nostalgie a dva hořčičáky

Na chalupě jsme se pustili do jarního úklidu. Topíme dřevem v kamnech a na malém sporáčku uvaříme všechno jídlo, proto míváme všude spoustu sazí a prachu. Musí se pak v sednici vymýčit, odstraňují se pavučiny, staré harampádie ze všech koutů se dává do sběru nebo odváží do kontejneru na tříděný odpad. Je s tím dost práce, ale bez toho by pořádné jaro vlastně ani vůbec nemohlo začít, člověk by měl pocit, že má nějaký rest, že něco dost podstatného zanedbal.

Na tom gruntování mám nejraději, že vynáší na světlo nečekané věci. To, na co už jsme dávno zapomněli, s čím se už nadobro rozzehnali, co máme spojeno s lidmi, co tu s námi už nejsou, se náhle objeví. Součásti šatníku, staré boty, odložené hračky, s nimiž vyrůstaly naše děti, spousta nepotřebných a pro strýčka příhodu uschovaných krámů... Ať jsou to věci takové, nebo makové, mají v sobě nemalé kouzlo. Ukrývají vzpomínky na časy, které jsou dávno pryč a zapadly do hlubokého zapomnění.

Čím jsem starší, tím raději se s nimi setkávám – s předměty a taky vzpomínkami. Znamená to, že jsem dosáhl úctyhodného věku a že nepatřím do téhle pomatené doby s převrácenými hodnotami. Víím, že moje pravé místo leží na časové ose někde vzadu, kam se v myšlenkách často navracím. Do let, které si, samo sebou, idealizují, protože vzpomínky mívají tu nádhernou vlastnost, že nechávají oživit minulé události tak, aby nám lahodily.

Letos mi to uklízení přineslo mimořádně drahocennou věc. Na dně letité skříně pod nánosem

prachu ležely dvě sklinky odlité z hrubého skla, v nichž se před víc než půlstoletím prodávala plnotučná hořčice. Proto jsme je neznali jinak než jako „hořčičáky“. Tehdy jich bylo všude plno, a tak nám uniklo, že vedle praktické stránky obsahují i estetické hodnoty. Prostě teď na nich vidím, jak ve své prostotě a výrobní lacinosti jsou krásné. A vzácné, protože se jich nedochovalo mnoho, i když tlusté skleněné dno a stěny vydržely i hrubé zacházení a mnohé pády na zem.



foto Pavel Kačer

Nedojímá bych se tolik nad sklenicí se znakem Rudolfovy hutě nebo Moravských skláren, n.p. z šedesátých let minulého století, kdyby mi nepřipomínaly moje dětství. Pamatuji si totiž, že z nich pila kávu moje máma. Tak ji stále mám před očima. K tomu pití se vázal ještě další rituál. Když s chutí vyprázdnila skleničku, otočila ji dnem vzhůru. Kávová sedlina začala stékat dolů a vytvářela podivuhodné obrazce. Proti světlu je pozorně sledovala, a to nastal ten čarovný okamžik napětí. Co tam uvidí? Z rozteklého lógru

uměla vyčíst budoucí události, co nás čeká a nemine. Možná, že tam spatřila i fatální nemoc, která si ji brzy vzala s sebou. Téhle vidiny jsem se nikdy nezbavil, i když ji od děluje víc než padesátiletá propast času. Vzal jsem opatrně sklenice, tu starší s rovnými obrysy i trochu mladší se zaoblenými tvary, opatrně do rukou, hadříkem zbavil prachové patiny a pečlivě je vymyl. Objevily se kazy, dvě vzduchové bubliny uvězněné ve sklovině. Ty ostatně vůbec nevadí, jen mě trochu zklamaly rozměry. V mých představách vypadaly obě skleničky podstatně větší, stejně jako ta porce kávy, která mi připadala opravdu vydatná.

Abych si byl jistý, že se nemýlím, hledal jsem informace na internetu. Na klasické hořčičáky tam lidé vzpomínají s láskou. Chovají se k nim jako by to byly vzácné starožitnosti. A Wikipedie mě ujistila, že skutečně mám v ruce originál. Dvě deci jsou dvě deci, objem a rozměry souhlasí, to jen paměť se mýlí. Je to prostě tak, že tehdejší svět byl nejen nekonečný a nepochopitelný, ale především mnohem větší. Dětským očima prostě koukáte jinak. Když človíček vyroste a začne chápat, jednotlivosti si skládat do souvislosti, ledacos tajemné a neproniknutelné se vyjasní a také zevšední. Obří se zmenší, strašidla přijdou o kouzelnou moc, záhady najdou reálné vysvětlení.

Kafíčko mi teď chutná víc. Z klasických hořčičáků má chuť zašlých časů, událostí a lidí, po nichž se nám stýská. Je to hodně, nebo málo?

Pavel Kačer

ROSSMANN slaví 25 let na českém trhu

Už celé čtvrtstoletí se síť drogerií ROSSMANN stará o své české zákazníky. Jako poděkování za věrnost nabízí všech 135 prodejen po celé České republice množství zajímavých akcí. Dlouhou cestu, kterou společnost v tuzemsku ušla, zaznamenává také ve své originální retro kampani, v níž ukazuje proměny trendů za celých 25 let.

Historie drogerií ROSSMANN u nás začala roku 1994 otevřením první prodejny v České republice. Již tehdy nabízela českobudějovická pobočka zákazníkům produkty zaměřující se na zkrášlení, vůni a péči o tělo. O sedm let později zahájila nové tisíciletí zavedením privátních značek do svého sortimentu. Na pultech se tak objevila nabídka zcela unikátního zboží, zavazující se zárukou kvality. V roce 2008 se sídlo společnosti přestěhovalo z okraje Prahy na pražský Pankrác a síť kamenných prodejen se stále rozrůstala. V roce 2009 ROSSMANN zahájil svůj vlastní charitativní projekt Dejme úsměv dětem, který ve spolupráci s Nadací Naše dítě zdokonaluje a rozšiřuje dodnes. Nejen tyto aktivity vynesly společnosti v roce 2014 ocenění Úspěšná firma a Společensky odpovědná fir-



ma. Ve stejném roce společnost založila také celofiremní koncept společenské odpovědnosti ROSSMANN Inspiruje. Minulý rok představila společnost ROSSMANN nový obchodní koncept s heslem A život je krásnější, v rámci kterého byly po celé České republice zrekonstruovány či nově otevřeny desítky prodejen. „Vedle projektu Dejme úsměv dětem, ve kterém se podařilo od jeho založení přispět neuvěřitelnou částkou 52 milionů korun na pomoc dětem v nouzi, také

pomáháme v rámci dalších aktivit v oblasti společenské odpovědnosti. V projektu Vraťte stromům korunu již čtvrtým rokem ve spolupráci s firmou Henkel Beauty Care podporujeme například obnovu zelených plíć českých měst,“ řekla manažerka komunikace ROSSMANN Olga Stanley.

Oslavu historie působení v tuzemsku se společnost rozhodla podpořit i na sociálních sítích, kde rozjízdí retro projekt vzpomínek na dobu před 25 lety. ROSSMANN tak chce lidem připomenout, jak k módě, stylingu a péči o tělo přistupovali v 90. letech a jaké byly největší trendy té doby. „Rozhodli jsme se prostřednictvím fotografií na svém instagramovém a facebookovém profilu připomenout ty největší milníky tehdejší doby, kde s námi mohou lidé zavzpomínat také na legendární módní ikony. Celou kampaň jsme navíc podpořili soutěžemi a akcemi pro své věrné zákazníky,“ doplnila Olga Stanley.

Proměna tváře koncernu ROSSMANN vyústila loňský rok v rekordní obrát 3,3 miliardy korun a zisk 42 milionů korun s celkovým nárůstem 11,5 %. Společnost pokračuje v modernizacích stávajících a otvírání nových prodejen v tuzemsku i v letošním roce. (tz)

INZERCE



ZD Vsestary
Agriculture group

Všestarská
CIBULE
S DUŠÍ, TRADICÍ A Srdcem





Toustís

Skvělé na snídani
svačiny i grilování



- Již naříznuté
- Nečekaná chuť
- Skvěle udrží šťávu
- Stvořeny pro opékání

SUPR RECEPTY, TIPY A TRIKY
NAJDEŠ NA
WWW.TOUSTOVANI.CZ
f TOUSTOVANI