

Madam[®] BUSINESS

PROSPERITA

únor 2022

Východisko

Eva Brixi

Trochu prší
Trochu sněží
Na chodníku tvoje stopa leží
Já vím přesně
Oč tu běží
Slova hledám na nábreží
Porážená ve tvém stínu
Pod čepicí
Nabírám si moudro lžící
Moje já mi stále patří
A milovat umím za tři
Nevzdávám se pro nic za nic
Přijdu na to
Proč namazanou stranou
K zemi padá krajíc
Proč odcházíš
Místo abys zůstal
Bude dobře
Až svět se zbaví výmluv
A pokvetou fialky
Pro Marušku z pohádky

Zuzana
Pavlíková-Šimonková

Žádný den nedostaneme dvakrát
rozhovor na stranách 10–11

INZERCE

Nejen výtečné čokoládové pralinky z prvotřídních surovin, ale i jedinečné kousky k Velikonocům pro vás připraví tým značky Andělské pralinky. To však není vše. Specializuje se také na výrobu pečiva k tradičním svátkům jara. Objednejte včas, aby zakázka mohla být vyřízena podle vašeho přání. Velikonoční koledu mohou šikovné cukrářky nachystat i pro firmy.

Kontakt: tel.: 739 046 910

e-mail: info@andelskepralinky.cz

www.andelskepralinky.cz



Celá firma je budovaná srdcem



Ing. Radka Hynková

Co vás vedlo k podnikání právě v oboru, který pomáhá zemědělcům i drobným zahrádkářům?

Má cesta k zemědělství nebyla přímá, neuměla jsem si představit, že budu jezdit po zemědělských podnicích a prodávat hnojiva. Avšak odříkaného chleba největší krajíc a práci bych nevyměnila. K oboru granulovaných vápenců mě přivedli samotní zemědělci, kteří měli na polích a loukách problém s pěstováním rostlin a deficitem vápníku a hořčíku. Začala jsem po Evropě hledat vhodné materiály, kterými bychom mohli zlepšit půdu, a pomoci tak rostlinám i pěstitelům. Nej-

Kdo z nás nepřemýšlí nad tím, jak se stravuje? Většina lidí na svůj talíř skládá stále více zeleniny i ovoce, pídí se po jeho původu, a má radost, když se doví, že jejich dodavatelé hospodaří tak, jak je to pro půdu i sklizeň z ní optimální. Že se tedy hnojí podle správných norem, aby to prospívalo nejen plodinám, ale také našemu tělu. O nedostatku některých prvků na polích a sadech se hojně diskutuje a ukazuje se, že je nejvyšší čas, aby se složení půdy harmonizovalo. Tento fakt dal vzniknout firmě AGROVÁPNO s.r.o., již založila Ing. Radka Hynková. V závěru roku 2021 v soutěži Ocenění českých podnikatelek zaujala porotu svým přístupem k vylepšování nabídky sortimentu hnojiv, která dodává na český trh. Získala Cenu za inovativní řešení pod patronací Generali Česká pojišťovna:

těžší bylo najít ty vhodné a bezpečné. Zvolila jsem nejkvalitnější vápenatá hnojiva, a díky tomu je efekt vidět i v plodinách a spokojenost mezi pěstiteli roste.

Sama jste duší také zahrádkář?

Jsem spíše chovatel. Zvířecí přítomnost a vítací řehťání mých koní jsou odměnou po celodenní práci.

Jak to bylo se vstupem na trh? Věděla jste předem, že prodáte, že se vaše výrobky chytí?

Věděla jsem, že je na trhu pro granulované rychle účinné vápence prostor, ale jak se celé podnikání vyvine, jsem netušila. Věřila jsem, že jdu správnou cestou, že máme v České republice mnoho uvědomělých zemědělců, kteří dbají na kvalitu hnojiv, věnují se zlepšení půdy a snaží se ji udržovat

v kondici. Někteří zemědělci pěstující plodiny v ekologickém režimu využívají jen velice málo hnojiv, která jsou v tomto režimu povolena.

Zvedá se poptávka po vašem sortimentu?

Poptávka se každým rokem zvyšuje, hlavně díky kontaktům předaným mezi spokojenými zákazníky. Je to pro mě ukazatel, že jsou s hnojivy spokojeni a mohou je doporučit dále. Rovněž narůstají plochy v ekologickém zemědělství a my se soustředíme na bezpečnost hnojiv i v tomto režimu.

Kde může běžný „malý“ zákazník vaše výrobky koupit?

V současné době je možné zakoupit zboží v několika zahradnicích v republice i u obchodních partnerů v e-shopech, v letošním roce bychom rádi připravili i vlastní e-shop.

Věděla jsem, že je na trhu pro granulované rychle účinné vápence prostor, ale jak se celé podnikání vyvine, jsem netušila.



Ostatně – jak jste financovala svůj podnikatelský nápad? Musela jste si půjčit?

Finančních zdrojů bylo několik. Menší část jsem si vypůjčila, ale velký dík patří dlouhodobým zákazníkům, kteří produkt hledali a dali mi takovou důvěru, že si zboží objednali, předplatili a nechali dodat. Business postavený na důvěře je velkou motivací.

Probíhá výroba v České republice?

Hnojiva se vyrábějí v zahraničí, kde se nachází nejkvalitnější zdroj měkkých křídových vápenců.

Chystáte inovativní obohacení nabídky?

Vzhledem ke zpřísňování podmínek pěstování plodin se zaměřujeme na inovativní kombinace hnojiv a připravujeme další ekologická hnojiva, která budou obsahovat živiny s nejvyšší účinností. Je třeba vše důkladně připravit.

Právě za inovativní řešení jste získala výtečné hodnocení v soutěži Ocenění českých podnikatelek. Určitě vás to potěšilo... Nastartovalo to ve vás další vlnu nápadů?

Velice mne to potěšilo. Bylo to ocenění, které mi vrátilo motivaci věnovat se tomuto segmentu i nadále, potvrdila jsem si, že

Bylo to ocenění, které mi vrátilo motivaci věnovat se tomuto segmentu i nadále, potvrdila jsem si, že práce má smysl a má přesah do běžného života lidí.

práce má smysl a má přesah do běžného života lidí. Získali jsme ocenění za inovativní hnojivo se selenem. Ač se to zdá jakkoliv běžnému životu vzdálené, selen je pro člověka důležitý antioxidant s velkým vlivem na štítnou žlázu, imunitu a zdraví. A díky plodinám, které denně jíme, můžeme posilovat naše zdraví. Ale to už asi většina lidí ví...

Business je velká odvaha i svět dobrodružství. Člověka to stojí čas, nervy, někdy i trochu zdraví. Jak se snažíte všechny klady i zápory vybalancovat, abyste obstála, byla fit a stále usměvavá?

To je jedna z nejtěžších otázek. Celá firma je budovaná srdcem a oddělit práci od života nejde. Mými koníčky jsou sportovní aktivity, které mě nabíjejí a ubírají na stresu.

otázky připravila Eva Brixí



Kadeřníci se hlásí k recyklaci hliníku

Největší hráč na trhu s profesionálními produkty pro kadeřníky, Divize profesionálních produktů, L'Oréal Česká republika, přišla s programem L'Oréal Pro Value zaměřeným na recyklaci hliníkových obalů v kadeřnických salónech. Jen v loňském roce bylo údajně na český trh dodáno přes 1,2 miliónu tun, ale jen 61 % bylo opětovně využito. L'Oréal se v rámci projektu zaměřuje na zvýšení podílu vytríděných hliníkových tub, ale také na zefektivnění jejich zpracování a následného využití. Do projektu už v testovací fázi vstoupily přední kadeřnické salóny, další přibývají. Strategii komunikace, vizuální stránku a claimy, včetně kampaňového #ovlasblizpriode, si stříhla agentura We Are Signature.

„V souladu s naším globálním programem L'Oréal pro budoucnost jsme hledali řešení, které by v našem regionu pomohlo zlepšit recyklovatelnost obalů od kosmetických přípravků. Vzhledem k faktu, že v ČR není stále velká část hliníkových obalů efektivně recyklována a sami kadeřníci a majitelé salónů cítí, že v tomto směru by se dalo leccos zlepšit, rozhodli jsme se spustit projekt Pro Value by L'Oréal. Je to pro nás skvělý okamžik, neboť můžeme našim partnerským kadeřnickým salónům zapojeným do projektu garantovat, že obaly, které nashromáždí, neskončí na skládce, ale získaný materiál bude recyklován a dále smysluplně využit,“ uvedla Brigitte Streller, generální ředitelka společnosti L'Oréal Česká republika. Klíčovým partnerem je společnost Metal Trade Comax, jejíž technologie dokáže i hliníkový materiál pocházející z kadeřnictví přepřacovat do formy ingotů, které jsou dále využívány například v automobilovém průmyslu nebo ve stavebnictví.

Do projektu se zapojili přední čeští kadeřníci jako Salon Petra Měchurová, Hair studio Honza Kořínek či Ateliér Kotlár. Během testovací fáze se i přes omezení způsobená pandemií podařilo nasbírat několik desítek kilogramů hliníkového odpadu. V další fázi chce L'Oréal oslovit širší kadeřnickou komunitu a motivovat ji ke vstupu do programu. „Salóny dostanou sběrné nádoby s komunikačním balíčkem k projektu. Vizi projektu je, že každý salón, který se zapojí, bude moci svou účast v projektu efektivně komunikovat ke svým zákazníkům, a hrdě tak bude dále šířit myšlenku recyklace,“ sdělila Tereza Fišer, spoluzakladatelka We Are Signature.

(tz)



kresba Pixabay



Když se v hlavě rozsvítí

Nejsem hypochondr a v lékárnice mám jen něco na bolest zubů, mast na koleno, živočišné uhlí a prášky na tlak. V létě do plastové krabice přibyl druhý lék na snížení tlaku. Nevím, zda krevního, či tlaku doby, ale vem to čert. Začala jsem polykat, byť mne intuice a přibalový leták varovaly. Posléze se cosi začalo dít. Kolem mne se mýjely hrbitovy a strach se stal mým kámošem. Divný standard. A pak mi to došlo. Prášek na tlak, to je ten zloduch. Rozvrací mé já, místo aby konal, co má. Intuice nelhala. Pryč s tabletou! Mé srdce už nebuší do uší jak dechovka na pohřbu. Nepřu se s doktory, ale nějak tuším, co oni ne. A už párkrát mi to zachránilo život.

Eva Brixová, šéfredaktorka



Tip Grady

Budte výjimeční – Pět schopností, které odlišují výjimečné lidi

Joe Navarro, Toni Sciarra Poynter



Mistrovský kurz vedení lidí od světově uznávaného odborníka na neverbální komunikaci nabízí průlomový pohled na pět účinných principů, které odlišují výjimečné lidi od ostatních. Joe Navarro zkoumal lidské chování, vedl více než 10 000 rozhovorů a připravoval vysoce profilové behaviorální analýzy.

partneři www.madambusiness.cz

hlavní partneři:



partneři:



Prosperita Madam Business

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 16, únor 2022
Vydává RIX, s. r. o., Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9

Šéfredaktorka:

PhDr. Eva Brixová-Šimková, e-mail: brixov@prosperrita.cz, mobil: 602 618 008

Šéfredaktor www.madambusiness.cz:

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

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

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



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

Placené textové materiály jsou označeny 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 intuitivejournal.com naší redaktorky Kateřiny Šimkové.

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



Jaký význam přikládáte zdravému stravování?

Daniela Mišáková

Everli

Junior Marketing Specialist

Jelikož zdravá strava nebyla nikdy dostupnější, než je dnes, nemůže nikdo říct, že by

na to neměl nebo se nemohl zdravě najíst, případně postrádal potřebné suroviny. Osobně se na zdravou stravu hodně soustředím, protože přece jen jsme to, co jíme. Nemohu tvrdit, že by se mi to stoprocentně dařilo každý den, ale mít minimálně jedno jídlo denně plné barevné zeleniny a ovoce na svačinu je základ. Pokud si občas dopřeji něco nezdravého, snažím se to vyvážit delším cvičením nebo procházkou navíc. Maso nejím už téměř šest let, což mě ve zdravé stravě posunulo nejvíce. Donutilo mě to zaměřit se na to, co je pro mé tělo výživné a potřebné, a co mu naopak škodí. Podle toho si plánuji jídla a cítím se lépe. Samozřejmě, že zdravě může jíst kdokoli a konzumovat i maso, bohužel ale často se posléze dostane do zajetých kolejí a špatně se pak cokoli mění. Radikální změna mi proto nejvíce vyhovovala.



Myslíte si, že muž dokáže ženu pochopit?

MUDr. Rodion Schwarz

Přílepková ordinace spol. s r.o.

praktický lékař, propagátor léčebného konopí

Muži jsou z Marsu, ženy z Venuše. Takto začíná jedna z neznámějších knih o mužských a ženských rozlišnostech. Jen málo mužů je uvědomělých v tom, co skutečně ženy potřebují. Myšlenkové procesy mužů a žen mnohdy probíhají zcela odlišně i přesto, že výsledek pak může být stejný. Samotný proces může muže mást, zatímco ženy v tom nehledají logiku, ale zapojují velkou dávku intuice. Mužská konstruktivní logika a krátkost se stručností ve vyjadřování nedávají ženě požitky z procesu, což je hlavní překvapení ženy – mít možnost si o tom popovídat. I když mnohdy ženy nepřijdou na samotné řešení problému, již samotný proces sdílení je uspokojivé a naplňuje pocitem pochopení. Muži pochopení očekávají až ve chvíli, kdy vylezou ze své pomyslné jeskyně s již zřejmým řešením vzniklého problému. Pochopení ženy je nežádoucí, neb s pochopením my muži bychom ztratili nekonečnou studnici inspirace, podnětů k heroickým činům a také obdiv žen jako unikátních bytostí sic z jiného, ale tak přitažlivého planety.



Informace do kabelky

Biomouky Pernerka v Lidlu

Čtyři biomouky Pernerka
(Bio špalďová hladká, Bio
špalďová celozrnná hladká,

Bio žitná celozrnná hladká a Bio pšeničná celozrnná hladká) se staly od konce roku 2021 součástí stálého sortimentu všech 270 prodejen Lidl v ČR. „Pevné zalistování našich biomouk v Lidlu je pro Pernerku velký úspěch. Znamená to jednak stálý odbýt a také výhodu pro zákazníky, kteří se na nás obrazejí s dotazy, kde mohou biomouky pořídit,“ řekl majitel mlýna Daniel Perner. Mlýn Perner patří mezi nejmodernější mlýny v Česku. Jako jediný dokáže semlít celozrnné mouky na granulaci mouky hladké. Mlýn denně vyrobí 500 tun obilovin a pseudoobilovin. Zaměřuje se především na trh speciálních mouk.



(tz)

Mezi vitamíny vede C a D, minerálním látkám kraluje hořčík

Dodávají tělu vitamíny, minerály a další zdraví prospěšné látky, jež běžná strava neobsahuje v dostatečné míře. Řeč je o doplňcích stravy, které podle nejnovějšího průzkumu společnosti dm drogerie markt využívají tři ze čtyř českých občanů. Více než polovina z nich tak činí každodenně a obvykle je konzumují ve formě tablet. Jednoznačně nejčastější motivací je snaha o posílení vlastní imunity.

Dopřávat si pravidelně vyváženou stravu obsahující všechny látky, které naše tělo potřebuje, je pro většinu lidí složité. Ať už kvůli nedostatku času, či horší dostupnosti některých potravin. Není tedy překvapující, že 77 % Čechů obohacuje svůj jídelníček o doplňky stravy. Svědomitější jsou v tomto ohledu ženy, lidé z větších měst a s vyšším vzděláním. Vyplývá to z průzkumu, který pro společnost dm drogerie markt provedla v říjnu letošního roku agentura STEM/MARK mezi lidmi ve věku 18 až 64 let. Z respondentů užívajících doplňky stravy odpovědělo celkem 86 %, že tak činí kvůli podpoře imunitního systému. Není tedy divu, že se mezi nimi těší velké oblibě vitamínové doplňky. Nejpopulárnější je vitamín C, který konzumuje 65 % z nich, následovaný vitamínem D (50 %), multivitaminovými přípravky (44 %) a vitamínem B (35 %).

Kromě vitamínů jsou pro tělo nepostradatelné i mnohé minerální látky. Výzkum odhalil, že před zinkem, vápníkem a železem je mezi českou veřejností jednoznačně nejužívanějším minerálem hořčík. Tělu jej dopřává celkem 75 % uživatelů doplňků stravy. „Paradoxně však v posledním období zájem o přípravky s ním v našich prodejnách lehce poklesl. Vzhledem k tomu, že je hořčík často využíván pro správnou funkci svalů při fyzické zátěži, je pravděpodobně na vině koronavirová pandemie, při které opakovaně docházelo k uzavírání vnitřních

i venkovních sportovišť,“ odhadl Jiří Peroutka, manažer komunikace dm drogerie markt. Celkem 51 % respondentů deklarujících užívání doplňků stravy nezapomíná na jejich každodenní konzumaci. Dalších 25 % je světu tělu dodává minimálně několikrát týdně. Jednoznačně nejčastěji volí uživatelé formu obyčejných tablet, a to v 87 % případů. Druhé místo obsadily tablety rozpustné ve vodě (27 %). Nejobvyklejším místem k nákupu doplňků stravy jsou podle průzkumu lékárny, které preferuje 58 % uživatelů. „Češi však rovněž doplňky pořizují na internetu, v supermarketech či drogeriích. V případě našich prodejen registrujeme největší zájem o vitamínové a minerální šumivé tablety. V sortimentu však máme přes 260 různých produktů tohoto typu, s jejichž výběrem zákazníkům pomáhá proškolený personál,“ uvedl Jiří Peroutka.

Jsou to právě chladné zimní měsíce, ve kterých je naše imunita pod největším náporem. I proto zřejmě 48 % našich občanů mění v souvislosti se zimou svoje stravování. Nejčastěji do jídelníčku zařazují větší množství vitamínů a více pijí bylinné čaje. Celkem 72 % dotazovaných dále uvedlo, že se snaží před nejchladnějším obdobím roku dbát o svoje zdraví, a předcházet tak riziku onemocnění. „V zimních měsících lékaři doporučují nepomínat – kromě jiného – na vitamín D. Tělo si jej totiž v tomto období vinou nedostatku slunečních paprsků často není schopno v dostatečné míře samo obstarat. Stejně jako vitamín C je přitom „déčko“ velmi důležité pro naši imunitu. V roce 2020 jsme v jeho případě zaznamenali 40% nárůst prodeje. Pravděpodobně i proto, že byl odborníky často zmiňován v souvislosti s prevencí proti covidu-19,“ podotkl Jiří Peroutka. (tz)



Na místě stát neumím a ani se to nechci učit

Když si otevřete webové stránky společnosti Petrof a překliknete na e-shop, rázem vám je dobře a bavíte se. Opravdu. Zkuste to. Ocitnete se mezi unikátními výrobky, ze kterých sálá radost, hravost, emoce, touha nabídnout vám pohodu i perfektní zboží různorodého charakteru, ale se spojovacím motivem. A to je cesta, jak chytit zákazníka za srdce. Jak být s ním, jak mu dělat vhodnou společnost. Řeknete si, proč světoznámý producent hudebních nástrojů nabízí v online prostředí třeba trička nebo hračky pro děti, ale odpověď je jasná. Diverzifikovat možnosti je dnes cestou, která má smysl. Prezidentka skupiny PETROF Mgr. Zuzana Ceralová Petrofová dala nahlédnout do strategie firmy i vlastních myšlenek. Její geniální schopnost přijít vždy a včas na trh s něčím ojedinělým a obchodně úspěšným je obdivuhodná:



Mgr. Zuzana Ceralová Petrofová

V uplynulém roce jste se rozhodli zřídit e-shop. Proč právě světoznámý výrobce pianin a klavírů zvolil tuto cestu?

Nerozhodli jsme se v uplynulém roce. Byl to jeden z cílů naší střednědobé strategie, ale určitě nás k dřívější realizaci popíchly zavřené obchody.

Jde zatím spíše o image obchodní kanál, anebo má brzy začít generovat výrazný zisk?

Dlouhodobě máme v našem businessu skvělé obchodní vztahy s našimi dealery. Naším cílem ale také je budovat vztahy s konečnými zákazníky, dostat se k nim blíže a lépe pocho-

pit jejich potřeby. Samozřejmě ale projekt musí dávat smysl také ekonomicky, stejně jako naše ostatní nové projekty, kterými se snažíme diverzifikovat rizika spojená s naším podnikáním. Takže věříme, že nám e-shop přinese další stálé tržby.

Na e-shopu se zdaleka neprodávají jen hudební nástroje, ale jde o mix nejrůznějších výrobků, od kávy a čokolády přes šachy nebo originálně pojatou hru Člověče nezlob se až po šperky. Není to příliš odvážné?

Bez odvahy se podnikat nedá a zpětná vazba od našich zákazníků ukazuje, že se jim pestrost líbí. Navíc tam jednotlivé položky nejsou náhodně, mají mnoho společného – hudební zaměření/motiv, dřevo jako základní materiál apod.

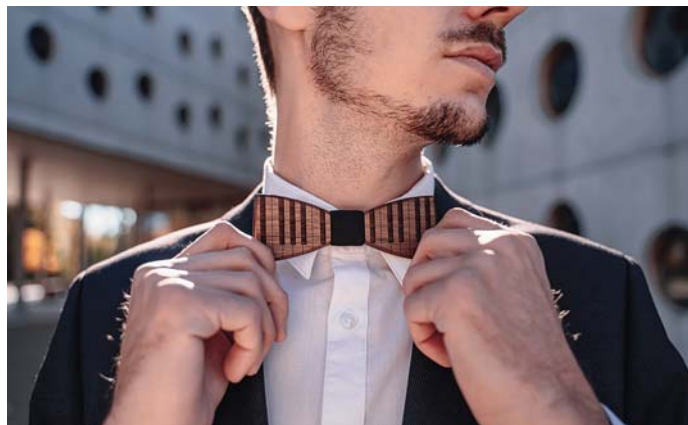
Jaký ohlas u příznivců vaší značky online prodej získal? A rysují se už věrní spotřebitelé, kteří se vracejí?

Výrazně převažují pozitivní ohlasy. Někteří naši příznivci třeba nehrají na piano, ale něco od nás chtějí, protože si naší firmy váží. Případně zatím nemají dostatek financí na nákup nástroje, a proto si udělají radost něčím drobnějším. Opakované nákupy už evidujeme, ale jsme stále na začátku.

Podle čeho jste vymýšleli a skládali sortiment? Bylo to intuitivní, nebo přísně cílené?

Začátek byl cílený – udělali jsme si průzkum toho, co by naše zákazníci mohlo zajímat. Následně jsme si vytvořili kategorie produktů a postupně začali vybírat nejvhodnější položky pro e-shop. Hned jsme si řekli, že chceme prodávat kvalitní zboží vyrobené námi, případně ve spolupráci s dalšími českými firmami. Přiznávám, že u některých z nich převládla radost z navázané spolupráce a hezkým výrobkem nad nějakými analýzami. Občas je potřeba poslechnout svoji intuici a zkrátka to

Hned jsme si řekli, že chceme prodávat kvalitní zboží vyrobené námi, případně ve spolupráci s dalšími českými firmami. Přiznávám, že u některých z nich převládla radost z navázané spolupráce a hezkým výrobkem nad nějakými analýzami. Občas je potřeba poslechnout svoji intuici a zkrátka to zkusit.



zkusit. A je mnoho českých výrobců, se kterými je potěšení spolupracovat.

Co zájemci nakupovali nejvíce před Váno-cemi?

Očividně chtěli udělat radost svým blízkým. A znovu to bylo hodně pestré – od dřevěných hraček, nejvíce Biatlon do obývacího, přes módní doplňky až po klavírní stoličky. A také můj oblíbený produkt, rezonátory, které zesilují zvuk mobilního telefonu jen díky své konstrukci a použití kvalitního rezonančního dřeva, bez použití elektriny a párování s telefonem.

Určitě se bude e-shop rozrůstat. V jakém slova smyslu?

Nové projekty si vždy krokujeme, nespěcháme na ně. Je to pro nás období ve znamení naslouchání zákazníkům. Kromě nabízeného portfolia si nastavujeme a upravujeme interní procesy. Cílem všeho toho snažení je spokojený zákazník, který si koupí originální produkt. Zároveň od nás musí získat skvělý servis.

To znamená, že si tu budu moci za čas koupit třeba zimní šálu s originálním designem jako módní doplněk, rukavice s vyobrazením kláves, jedinečný šálek na čaj nebo knížku o historii Petrof?

Uvidíme. Produkty stále přibývají. Některé z nich vyrábíme sami, neboť jsou spojeny se dřevem, jiné nakoupíme u českých firem. Vše je o inspiraci a příběhu.

Neuvažujete tedy o tom, že byste při obhacování nabídky kooperovali s nějakými dalšími firmami či značkami? Nebo zavedli na trh například vlastní kosmetickou značku krémů na ruce (nejen na ruce klavíristy), ortopedické křeslo pro namáhaná záda, dýmku pro fajnsmekry, designové dřevěné předměty do interiéru?

Samozřejmě uvažujeme, další české značky nás už oslovily a nyní se bavíme o tom, jak by to celé mohlo vypadat. Stejně tak máme na stole spoustu nápadů na nové produkty. Už jen proto, že jsme založili novou divizi mimopiano-vých zakázek a kolegové mají mnoho zajímavých myšlenek, co kupujícím nabídnout. Je pro mě ale důležité, aby to celé dávalo smysl, zapadlo to do naší filozofie.

E-shop patrně zatím figuruje v povědomí české zákaznické obce. Přesto – začínají chodit i objednávky ze zahraničí? A počítáte s tím, že byste obchodovali s cizinou?

S piany obchodujeme na 65 trzích celého světa. E-shop jsme zaměřili na českého spotřebitele, kterému dodáváme české produkty. Nabídnout je také zákazníkům v zahraničí se jeví jako další logický krok, pracujeme na tom. Poptávky už máme i ze zámoří.

Může si u vás objednat i firma? Třeba 40 kusů ponožek, 50 čokolád nebo zástěr?

Ano, i tímto způsobem samozřejmě fungujeme. Naše produkty se velmi osvědčily jako vánoční dárky pro firmy.

Vždy sršíte energii, nápady a ráda experimentujete. Přemýšlíte nyní o něčem, čím byste opět překvapila?

Na místě stát neumím a ani se to nechci učit. Nových myšlenek nosím v hlavě hodně, někde-

ré konzultuji s rodinou i s kolegy v práci, jiné si zatím sama v sobě definuji. Realizujeme jen ty, ze kterých „se nevyspím“, které obstojí. Nyní s kolegy z AVHN (Asociace výrobců hudebních nástrojů) plánujeme ryze český veletrh hudebních nástrojů Promuzika,

který proběhne v květnu u nás v Hradci Králové. V této době považujeme za svou povinnost upozornit na to, kolik skvělých hudebních nástrojů v naší zemi vzniká a kolik skvělých hudebníků na ně hraje. Součástí veletrhu bude i bohatý doprovodný program, sledujte stránky www.promuzika.cz.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí

Proč se většina žen autoservisům raději vyhýbá?



Ačkoliv se automobilový trh velmi rychle vyvíjí, stále platí okřídlené pravidlo, že svůj vůz v drtivé většině případů vozí do servisu muži. Podle průzkumů společnosti Bosch a ClickMechanic není hlavním důvodem u žen strach z neznalosti, ale především obava o to, aby jim servis nenaúčtoval více, než bylo doopravdy nutné.

Obava z nadsazení cen pro ženy není neopodstatněná. Společnost ClickMechanic, která svůj průzkum prováděla ve Velké Británii, získala data o tom, že ženy v servisech zaplatí až o 30 % více, než kdyby se stejným problémem přijel muž. Nejčastější odpovědí, proč se tak děje, bylo vysvětlení, že když přijede do servisu žena, mechanici si dovolí častěji opravit více věcí, než kdyby s automobilem do servisu přijel muž, který by k těmto úkonům nedal svolení.

„Platí, že ženy se do automobilových servisů příliš nehrnou. Kromě strachu z toho, že budou platit více, než je nutné, bych zmínil ještě jeden důvod, proč se v servisech setkáváme častěji s řidiči. Ženy výrazně častěji odradí negativní zkušenost. Pokud se žena ze servisu vrátí domů nespokojená, už ji tam v drtivé většině případů nikdy neuvidíte,“ řekl Marek

Zukal, jednatel franšizové sítě Quick Stop Car, která v dubnu letošního roku plánuje vstoupit na český trh. Do roku 2024 by pod touto značkou mělo vzniknout přes 400 servisů.

Právě nerovnost v cenách mezi muži a ženami je jedním z problémů, proti kterým chce Quick Stop Car bojovat. „Neexistuje, aby naši mechanici rozlišovali zákazníky podle pohlaví. Z tohoto důvodu jsme vyvinuli software, který hlídá průměrnou zaplacenou cenu konkrétní srovnatelné opravy pro zákazníka a zákazníka. Tato data analyzujeme a dbáme na to, aby žádný rozdíl z důvodu pohlaví při platbě nevznikal,“ uvedl Marek Zukal.

„Samozřejmě víme, že mužů jezdí do servisů více a z dlouhodobého hlediska mají o automobilech o něco větší přehled. Ale my chceme, aby se jak muži, tak ženy u nás cítili komfortně a aby od nás odjízďeli spokojení. I proto

budou naši franšizanti pravidelně školeni v zásadách jednání s klientem. Navíc budou mít v případě zájmu na servisní úkon pro klientky vyhrazen o několik minut delší čas tak, aby korektně vysvětlili vše, co se s autem v našem servisu dělo,“ dodal.

Rozdíl ve vnímání autoservisů je patrný také u různých věkových kategorií. Podle společnosti Bosch až 20 % mladých a začínajících řidičů autoservisům nevěří. V kategorii nad 35 let už je to jen 8 % dotázaných. Podle Marka Zukala jde především o to, že jsou mladí lidé mnohem zcestovalejší, mají větší přehled a požadují za své peníze kvalitní služby.

„Vše souvisí se světovým vývojem a globalizací. Starší ročníky dříve neměly zdaleka tolik informací. Dá se říci, že se často musely spokojit s nejbližší garážovkou v okolí. Proto, když nyní navštíví kvalitní servis, odchází spokojeni. U mladší generace je to složitější, s rozvojem internetu a možností s ním spojených je tlak na kvalitu výrazně vyšší,“ vysvětlil Marek Zukal.

V České republice se do servisu jezdí v průměru dvakrát ročně. Nejčastějším důvodem návštěvy je výměna pneumatik, motorového oleje a standardní pravidelná servisní prohlídka.

Z dat však vyplývá, že 8 % řidičů nejedí do servisu se svým vozem vůbec. „Zhruba polovina řidičů, kteří nenavštěvují servisy, je natolik manuálně zručná, že zvládá práci na svém voze svépomocí. U těch ostatních je to čistý hazard se zdravím,“ upozornil Marek Zukal. (tz)

O společnosti Quick Stop Car

Quick Stop Car je franšizová síť autoservisů, která v České republice během následujícího roku plánuje zprovoznit přes 60 servisních jednotek. Do roku 2024 by jich zde měly vyrůst dokonce 400. Zákazníkům nabídnou kompletní moderní servis pro běžné osobní automobily i dodávky. Cílem Quick Stop Caru je nabídnout motoristům alternativu cenově položenou mezi autorizovanými a garážovými servisy.

Biopekárna Zemanka obhájila ekologické certifikace

Rodinná společnost Biopekárna Zemanka z Oříkova na Sedlčansku je nadále Green Brands certifikovaná, obhájila International Food Standard a také každoroční audit biocertifikace. Firma, která od roku 2006 peče sušenky a kreky v biokvalitě dle rodinných receptů, navíc oznámila další krok směrem k udržitelnějšímu podnikání. Jako jedna z prvních firem v Česku se chce stát součástí prestižního ratingu B Corp.

„Udržitelný přístup je pro nás naprostý základ od začátku podnikání. Nebereme to pouze jako trend, a právě proto si zakládám na tom, abychom měli doloženou pravost našich surovin a drželi nezávislé certifikace, jako je například Green Brands,“ řekl o každoročním auditu biocertifikace Jan Zeman, majitel Biopekárny Zemanka.

Dalším krokem pro firmu je začlenit se do prestižního žebříčku B Corporation, a připojit se tak k nejznámějším světovým značkám v oblasti udržitelného businessu, jakými jsou například Patagonia nebo Ben and Jerry. Z českých firem se zatím do B Corporation certifikovala pouze právní firma Frank Bold. „Být součástí B Corporation by pro nás byla obrovská prestiž, čeká nás ale ještě dlouhá cesta. Prvním krokem je zveřejnění komplexní stra-

tegie udržitelnosti, na které jsme poslední rok intenzivně pracovali,“ dodal Jan Zeman.

Od upečení prvního produktu používá Zemanka pro své sušenky a kreky certifikované biosuroviny, od roku 2011 odebírá elektřinu z obnovitelných zdrojů od českých malovýrobců, a nabízí své výrobky také v zálohovacích obalech, čímž podporuje zero-waste prodej. V posledních letech navíc napomáhá také dalším firmám, jakými jsou Plzeňský Prazdroj, IKEA či UGO, zpracovávat jejich zbytkové suroviny do chutných sušenek a kreků. Společnost také spolupracuje s ostravským studiem Navzdory, které upcykluje použité pytle od mouky a vyrábí z nich nové předměty.

„V Zemance se udržitelnosti věnujeme opravdu ze široka a chceme, aby se respekt k přírodě promítal do všeho, co děláme. Získané certifikace to dokládají. Cirkulárním pečením zas pomáháme předejít zbytečnému vyhazování a plýtvání, aby se z více než 180 kg kvalitních surovin měsíčně stal odpad, a to má pro mě obrovskou hodnotu,“ popsal Jan Zeman unikátní spolupráce, které firma představila v loňském roce.

Kromě biocertifikace si nechává Biopekárna Zemanka každoročně certifikovat i méně známý IFS Standard (International Food Standard, Mezinárodní standard potravin). Dělá to



z důvodů vyššího nároku na bezpečnost a kvalitu potravin. V Zemance si totiž chtějí být jistí, že vyrábí sušenky té nejvyšší kvality. Značky bio, IFS nebo Green Brands jsou pro firmu významnými, ale ne jedinými doklady o udržitelném způsobu podnikání. V závěru minulého roku představila Zemanka také svůj komplexní report o udržitelnosti a strategii pro nejbližších pět let. (tz)

INZERCE

NADĚJE

Mgr. Jarmila Podhorná

Doplňek stravy

Doplňek z bylin jako podpora organismu proti virům a virovým onemocněním

Tato kúra je sestavena z bylin a pupenových výtažků, které zvyšují imunitu a působí protivirově. Kúru lze doplnit i grepovým olejem na potírání.

Možné i sestavení kúry dle Vašich individuálních potíží.

Mgr. Jarmila Podhorná - NADĚJE
objednávky na tel./fax: 582 391 207,
GSM: 737 525 301 poradna: 582 391 254
798 46 Brodek u Konice 3
e-mail: objednavky@nadeje-byliny.eu
www.bylinnyherbar.cz

www.nadeje-byliny.eu

Žádný den nedostaneme dvakrát

Je to jako pohádka. Rodinná firma Ing. Jaromír Šimoněk navázala na úspěch předchozí generace. Josef Šimoněk, dědeček její dnešní ředitelky Ing. Zuzany Pavlíkové-Šimonkové, se stal za první republiky uznávanou osobností mezi podnikatelskou špičkou. Byl totiž po vzniku Československa jmenován prezidentem společnosti Škoda. A také byl za své zásluhy povýšen do šlechtického stavu. Disponoval i značným majetkem. Dnešní vlastníci se rozhodli kráčet v jeho šlépějích a podnikají od ledna 1991, tedy 31. rokem. Hodnoty se vrátily do rukou pokračovatelů, dobrých hospodářů. Jaká je současná strategie v péči o lesy, půdu, hrad a zámky, o tom Ing. Zuzana Pavlíková-Šimonková:



Ing. Zuzana Pavlíková-Šimonková s dcerou

V posledních letech se víc než kdy dříve hovoří o vztahu člověka k půdě, lesu, zemědělství, k odvěkým hodnotám a jejich významu pro další generace. Jak toto téma rezonuje z vaší firmou, s podnikáním?

U nás doma se říká, že půda je věčná. Přejde válka a na jaře znovu zasejeme. Možná i díky tomu byli můj otec a dědeček schopni navázat na zprůtrhané tradice, vrátit se na rodný grunt a začít podnikat v zemědělství. Zemědělství má pro lidi zásadní význam jako zdroj potravin. V současné době se hovoří o ekologických funkcích, krajinné tvorbě a zadržování vody, osobně ale výrobu potravin pokládám za zásadní. Je třeba najít mezi těmito funkcemi kompromis a zaměřit se na souvislosti. Jestliže se mají snížit dávky chemických prostředků používaných v zemědělství, je třeba si říci, zda budeme množství snižovat z belgických osmi kilogramů na hektar, nebo našich dvou kilogramů. Zda budeme rostliny léčit. Je bohužel mnoho původně dobře míněných opatření, která se v praxi neosvědčila

a ekologicky působí spíše kontraproduktivně. Musíme si dát pozor, abychom do budoucna lidi uživilí a vyráběli kvalitní potraviny. To je asi i úkol následující generace.

Vaše rodina obdělává nejen hodně hektarů orné půdy, ale spravuje také lesy. V jaké kondici jsou? Co jim nejvíce chybí a jaké plány s nimi máte do budoucna?

V současnosti obhospodařujeme 600 ha orné půdy a 2000 ha lesa. Firmu jsem převzala po svém otci před šesti lety. Zkusila jsem si dva roky velkého sucha a kůrovcovou invazi v plné síle. Přetlak dřeva na trhu znamenal i zhroutení trhu se dřevem, respektive velký pokles výkupních cen. Můžeme diskutovat o tom, kde se stala chyba a proč nabrala kůrovcová kalamita téměř ka-

tastrofických rozměrů. O tom ale péče o les není. Naším úkolem je zajistit, aby se les obnovil, ať už přirozeně, nebo s naším přispěním. Těžíme, alespoň obvykle, při těžební zralosti dřeva, tj. stáří 80–90 let, těžba nutně neznamená drancování lesů, jak je nám někdy podsouváno. Je to běžný cyklus, který zahrnuje těžbu, úklid, přípravu půdy, obnovu, zabezpečení porostu, prořezávky, probírky a opět těžbu. Tento cyklus ale trvá někdy i více než sto let. V lesnictví je tedy vidět, více než v jiných oborech, dlouhodobost. Aktuálně sázím stromy pro svoje pravnoučata a chci pro ně kvalitní, odolný les. Moc naší politiku neměníme a sázíme smíšený les, stejně jako v minulých 20 letech. A ani „smrk“ nepovažujeme za sprosté slovo.

Nevadí lesním porostům běžní turisté, houbaři, cyklisté? Relaxovat právě v lese se nyní doporučuje víc než kdykoli jindy...

Většina našich lesů plní hlavně hospodářskou funkci, ale samozřejmě je zde i funkce tzv. mimoprodukční. Některé lesy jsou pro to dokonce určeny. Každá činnost má své hranice. Česká republika je ve svých zákonech k využití lesů pro sběr lesních plodů i pohyb po lese poměrně velkorysá. Majitelé lesa zákony respektují. Přála bych si, aby se každý houbař, turista nebo cyklista choval v lese tak, jako by byl les jeho. Pak by jistě nerušil zvěř ani nenechal odpadky a nechodil, kam nemá. Takový les bude mít pak na návštěvníky blahodárné účinky.

Ostatně, ozdravný vliv lesa na lidský organizmus je dávno známý a dokázaný. Co nyní máte vy osobně jako nejpodstatnější?

Říká se, že pro psychohygienu je dobré, když člověk stráví každý den chvíli sám. Pro mě je procházka po lese příležitostí utřídit si myšlenky a vyčistit si hlavu. Chodívám s maminkou, vášnivou houbařkou, na houby. Je to pro mě většinou poměrně frustrující, maminka má plný koš a já jednu houbu. Říká, že nehledám, že houby rostou na zemi a já se prý dívám na stromy a les kolem.

Jaké prostředky jste v posledních pěti letech do lesů investovali?

Roční náklady lesní správy se pohybovaly v posledních pěti letech průměrně kolem 20 milionů korun. Tedy poměrně hodně. Nejnákladnější v rámci péče je jistě pěstební činnost, v roce 2021 jsme zasázeli na 80 000 sazenic. Nejsmutnější je, když za-

U nás doma se říká, že půda je věčná. Přejde válka a na jaře znovu zasejeme. Možná i díky tomu byli můj otec a dědeček schopni navázat na zprůtrhané tradice, vrátit se na rodný grunt a začít podnikat v zemědělství.



sahujeme do porostů ve stáří 30–40 let, které napadl kůrovec a je třeba je vytěžit. Hospodářsky je to nezajímavá komodita, a navíc se sem vracíme dříve, než jsme předpokládali. Ceny dřeva se ale již dostávají opět na předkalamitní úroveň, nebo se jí blíží, a také díky pomoci státu (kompenzační platby) se můžeme věnovat obnově lesa. Čekají nás jistě roky, kdy bude třeba zalesnit velké plochy po kůrovcových těžbách, děláme to ale pro sebe a pro ty, kteří přijdou po nás. Tím to celé dává smysl.

Myslivost je nedílnou součástí vašich aktivit. O čem je vaše strategie?

Myslivost může být krásná a velmi užitečná aktivita. Není to jen lov, je to péče o zvěř a snaha o udržení dobré kondice a zdraví zvěře. Je potřeba opět vidět souvislosti. Ráda bych se vrátila k modelu, kdy hajný – revírník je zároveň myslivec, zná svůj revír a věnuje mu náležitou péči, včetně lovu. Jsme profesionální myslivci. Provozujeme bažantnici, kde líhneme zhruba 16 000 kuřat, dančí a mufloní obo-

ru a volné revíry. Myslivost je součástí naší firmy a velmi úzce souvisí i s péčí o les a pole. V současné době se snažíme udržovat počty spárkaté zvěře tak, abychom byli schopni odpěstovat nějaký lesní porost. Škody na poli i v lese jsou poměrně velké.

Ale to ještě není všechno. Vlastníte také hrad a zámek. Jak zvládáte všechny tyto statky udržovat? Kolik vás na to je a kolik pomáhá zaměstnanců?

Hrad Houska, zámek Stránov a zámeček v Lobči jsou součástí našeho majetku. Někdy je to příjemný bonus, někdy koule na noze. Majitel zámku je někdy kastelán, někdy uklízečka, jindy marketingový specialista, a navíc by měl být okouzlující a nad věcí. Očekává se, že všechny funkce bude plnit správně. To se mi samozřejmě neděje, ale snažím se. Myslím, že dnes je důležité, aby měly tyto velké objekty nějaký vlastní program, aby jim pomohl fungovat. Než jsem se stala inženýrkou zemědělské ekonomie, tak jsem studovala dějiny umě-

ní na Karlově univerzitě v Praze, tak si na Housce a Stránově můžu plnit své kunsthistorické sny. Ráda bych například loď v obnoveném kostele sv. Václava na Stránově upravila pro umístění obrazů mého nejoblíbenějšího českého malíře Aleše Krejčí.

Mám velké štěstí na lidi kolem sebe. Jsem vděčná za to, že se mnou sdílejí snahu o co nejlepší výsledek. V současnosti máme 25 zaměstnanců a 25 dohodářů a brigádníků. Padesátka lidí znamená 50 příběhů a 50 rodin, které jsou s naší firmou propojené a jejich pohodlí závisí na tom, jak se bude dařit firmě.

Kde jste nejšťastnější? Na poli, v lese, u rybníka, nebo na zámku?

Loni v létě mi umřel táta. Když se ho na jaře ptali, jak nejrady tráví čas, odpověděl, že s rodinou. Možná bych to jen doplnila o přátele. Tedy s rodinou a přáteli.

Pod jakým úhlem vnímáte rodinné podnikání? Je to pro vás radost, nebo spíš pocit ohromné zodpovědnosti? Závazek, nebo příležitost tvořit, realizovat sny, možnost dělat si, co člověka naplňuje?

Myslím, že v současnosti už bych byla nezaměstnatelná! Děláním všeho pro to, aby rodinný majetek zůstal pohromadě a snažím se to moc nezkazit. Jsem teď na radě a snad budu na konci moci říct, že je co předat další generaci a že to celé mělo smysl. Někdy mám pocit, že na jednu blondýnu je toho až dost. Mám ale dobrý tým, a rodinu a přátele, kteří mě podporují.

Jaká moudra čerpáte z historie vašeho slavného předka, Josefa Šimonka? A kráčíte v jeho stopách?

Přála bych si mít něco z jeho odvahy, předvídavosti a obchodního ducha. Jeho příběh je skoro jako z amerického filmu. Z vesnické chalupy až na místo prezidenta Škodových závodů – největšího strojírenského podniku v tehdejší Evropě. Věřím na to, že věci se dějí, jak mají, a také na to, že žádný den nedostaneme dvakrát.



„Jest mým nejvroucnějším přáním, aby rod můj na tomto statku věky, věky dlouhé přetrval. Aby zde provždy žil a hospodařil v bázni Boží, skromnosti, svornosti a spořivosti, blahobytu a dobročinnosti. Necht' rod můj provždy zůstane pamětliv svého selského původu, zůstane věren českému národu, naší vlasti a víře otců svých.“

Josef Šimonek (1862–1934), Rodinná kronika, 24. srpna 1913, Lobeč

za odpovědi poděkovala Eva Brixí

Když je výsledkem příběh s dobrým koncem

O yourchance a jejích aktivitách na stránkách Madam Business píšeme takřka pravidelně. Poprvé před jedenácti lety. Tou dobou měly zakladatelky rok práce za sebou a řada dnes splněných cílů byla teprve před nimi. Tak jako zpočátku, tak i nyní se jejich práce týká dětí, mladistvých, kteří to v životě nemají zrovna jednoduché. Nebudeme ale rekapitulovat, možná jen trošku. Je tu rok 2022, doba se v porovnání s tou, kdy se yourchance dostávala do povědomí lidí, významně změnila. Zakladatelky Jana Merunková a Gabriela Štiková získaly řadu zkušeností a mají před sebou nové plány. Jak k nim přistupuje Jana Merunková, ředitelka yourchance?



Jana Merunková

Jedenáct let je za vámi, začal rok 2022. Lidé obvykle touto dobou bilancují. Jak je to ve vašem případě?

Já si obvykle na Silvestra odpoledne pustím v pokoji příjemnou hudbu, obložím se papíry, diáři, na dosah mám kešu oříšky a nějaké jiné laskominy a hodnotím. Kromě osobních věcí samozřejmě i všechny své aktivity komerční, i ty v neziskovém sektoru. Ale nedívám se jen do minulosti, vždycky přemýšlím daleko do budoucna, stanovuji si priority na další rok. Co se týká yourchance, těším se vždycky na první pracovní den v novém roce, kdy mám schůzku s Gábinou Štikovou a několik hodin trávíme

strategickou poradou. Je to nesmírně podnětné, když se bavíme o tom, kam bychom chtěly yourchance dovést za deset let, co nás čeká v nejbližších dvou třech letech a jaké cíle bod po bodu stanovíme na právě započatý rok. Loňský rok byl výzvou, musely jsme řadu věcí přehodnotit, udělat určité personální změny, absolvovat revizi projektů, metodik, narovnat spoustu věcí, které se v rozbourané době odchýlily od našich dlouhodobých záměrů. Částečně se nám proměnilo portfolio dárců. Někteří nám významně pomohli, jiní řešili své výzvy, získali jsme dárcé nové... Sečteno, podtrženo, situaci jsme zvládly a v letošním roce máme před sebou další smělé kroky.

Asi všichni lidé vnímají v dnešní době zvýšený tlak na psychiku, na řešení různých otázek společenských, osobních, v řadě oborů se výrazně diskutují finance. Jak se tato situace dotýká účastníků vašich projektů?

Výzva vyrovnat se s novými nároky, potřeba rychle se orientovat v informacích, zvládat tlak výrazně názorově rozdělené společnosti, to je náročné pro zralé dospělé, natož pro mladé, kteří si schopnosti potřebné k samostatnému životu teprve osvojují, a navíc nemají stabilní zázemí rodiny. Za poslední rok jsme zaznamenali výrazný nárůst potřeby psychologických konzultací. Také hlad po individuálním mentoringu vystupuje do popředí mnohem markantněji než kdy dřív. Řekla bych, že ještě před dvěma lety mladí účastníci projektu Začni správně vnímali možnost mít svého mentora jako benefit, v poslední době vidím posun k tomu, že to berou jako nutnost. Stejně tak v projektu Finanční gramotnost do škol pozorujeme u starších žáků jistou změnu vnímání potřeby vzdělávat se v tomto tématu. Nejen doba covidu, ale i řada mediálně komentovaných událostí je přiměla přemýšlet o ekonomických souvislostech běžného života. Ať už šlo o tornádo na Moravě, krach dodavatele energií, hojně diskutované problémy v turistickém ruchu a provozovatelů restaurací, sportovišť... I když se děti obvykle do těchto témat nezapojují přímo, vnímají, co se kolem nich děje, některé možná pocítily finanční tlak na svou rodinu. To všechno jsou impulzy, které je nutí přemýšlet. Yourchance jako mnohaletý provozovatel soutěže Rozpočti si to!, která je právě této věkové kategorii určená, může tyto posuny v dětském vnímání sledovat velmi detailně.

Děti jsou velice vnímavé a jistě je současná situace významně formuje pro budoucnost. O čem dalším je podle vás v dnešní době důležité s nimi hovořit?

Za mě jsou to jednoznačně hodnoty, jako je svoboda, integrita, leadership, odpovědnost. Ale také síla vize a vnímání svého vlivu na věci, které se dějí kolem nás. Samozřejmě je třeba volit diskuzi a vyjadřování přiměřené věku,

Za mě jsou to jednoznačně hodnoty, jako je svoboda, integrita, leadership, odpovědnost. Ale také síla vize a vnímání svého vlivu na věci, které se dějí kolem nás.

ale věřím, že se dá najít spousta příkladů, které budou dostatečně srozumitelné. Já se ráda o těchto tématech bavím se středoškoly a vysokoškoly. Líbí se mi, jak hájí své postoje a názory. Naopak menší děti vám leckdy dokážou položit otázku nebo okomentují situaci slovy, které vás opravdu donutí k zamyšlení. Myslím, že umění vést diskuzi, polemizovat nad věcmi, pracovat s informacemi, vyjadřovat se jsou pro život osobní i pracovní velice důležité a dnes občas podceňované.

Když hovoříte o hodnotách na workshopech a konferencích, často mluvíte o zvycích. Nový rok přímo vybízí k tomu vytvořit si nějaké nové, dát si předsevzetí...

Nejsem zastánce no-voročních závazků typu zhubnu, přestanu kouřit nebo přestanu pít. Má to totiž jeden efekt, nutí vás to změnit se radikálně v mnoha ohledech najednou a tato předsevzetí málokdy vydrží. Možná je jednodušší udělat rozhodnutí, že při další návštěvě lednice nebo obchodu s potravinami udělám správnou volbu, zdravou... Je si místo chipsů dám křížaly. Rozhodně bych za sebe doporučila mezi své zvyky zařadit seberozvoj, to je celoživotní téma. Naučit se něco nového, pracovat na sobě v některé z oblastí, ať už to

A po letech, když slyšíte vyprávění takových odmítačů, nebo čtete jejich příběh v knížce Hejno bílých vran, víte, že stálo za veškerou námahu, úsilí najít ten správný způsob, říct jim, že jejich sny se mohou splnit, když se o ně poperou, když se změní, vyrostou, uvěří si... V ten okamžik víte, že výsledkem vaší práce jsou příběhy s dobrým koncem.

jsou vztahy, finance, komunikace, organizace času, jazyky. Forem je samozřejmě spousta. Já vždycky doporučuji kombinaci čtení, audi-onahrávek a setkávání se s inspirativními lidmi. Ale to neznamená zhltnout knížku za večer, pokud člověk není zrovna knihomol. Stačí 15–20 minut denně. V době podcastů a YouTube není nic jednoduššího, než pustit si nějaké zajímavé video. Zařadit to do svého harmonogramu, aby se to stalo automatickou součástí, a hlavně dlouhodobou.

Vždycky mi udělá radost, když vidím kolem sebe lidi, kteří si takové zvyky vytvoří. Nejdříve jim to přijde divné. Proč si psát své cíle, dělat nějakou trapnou obrázkovou nástěnku. A čím? Cože? To ne! Já četl naposledy Honzíkovu cestu. Mám mít mentora? K čemu? Já neposlouchal ani učitele, natož někoho poslouchat dobrovolně teď! A po letech,

když slyšíte vyprávění takových odmítačů, nebo čtete jejich příběh v knížce Hejno bílých vran, víte, že stálo za veškerou námahu, úsilí najít ten správný způsob, říct jim, že jejich sny se mohou splnit, když se o ně poperou, když se změní, vyrostou, uvěří si... V ten okamžik víte, že výsledkem vaší práce jsou příběhy s dobrým koncem.

za rozhovor poděkovala Eva Brixi



Jana Merunková a Gabriela Štiková

Tip na knížku:

Jack Canfield: Klíč k životu

Napoleon Hill: Myšlením k bohatství

Tip na audio:

Earl Nightingale – Naše země potřebuje leadery, Nejneobyčejnější tajemství

Nezaměstnanost klesla díky ženám v malých a středních podnicích

Z údajů o vývoji HDP v závěru roku 2021 vyplývá, že tahounem hospodářského růstu v tomto období nebyly velké průmyslové podniky, ale spíše drobnější obchod a služby. Tomu odpovídají i data o prosincové nezaměstnanosti.

„V průmyslu dominují mezi zaměstnanci muži, a těm ve skutečnosti nezaměstnanost v prosinci vzrostla téměř o 5000 lidí. Oproti tomu u žen, které bývají zaměstnané spíše v malých a středních podnicích, klesl počet nezaměstnaných o téměř 6000. Celková nezaměstnanost tedy v prosinci klesla jedine díky zaměstnávání žen, primárně mimo průmysl,“ komentoval Josef Jaroš, předseda představenstva Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR. „Proto vidíme i rostoucí roli malých a středních podniků v hospodářské obnově,“ řekl Josef Jaroš.

Malé a střední podniky dominují v sektorech, které přidanou hodnotu navýšily nejvíce: obchod, doprava, ubytování a pohostinství. To je významná proměna oproti předchozím letům, kdy byly často velké průmyslové firmy brány jako zachránce hospodářského růstu.

Lockdowny dopadly na malé a střední podniky nejvíce – nejen vzhledem k jejich slabé možnosti spoolehnout se na naakumulované zisky z minula, ale i kvůli typu sektorů, v nichž tyto firmy působí. „Nesmíme zapomenout, že v rozbourané době je i tažná síla malých a středních podniků v národním hospodářství poněkud zkrácená, neboť jde jistě o růst, nicméně z mnohem více poničených pozic. A tak ačkoli dnes táhnou ekonomický růst, nelze to brát jako návod, nelze nejprve ničit sektor, aby pak vykazoval o to vyšší růsty z rozvalin,“ upozornil Josef Jaroš.

AMSP ČR v souvislosti s nezaměstnaností upozorňuje ještě na jeden trend, který lze pozorovat v uplynulých dvou letech. Dramaticky totiž roste nezaměstnanost čerstvých absolventů středních a středních odborných škol. Týká se to bohužel především těch, kteří studium ukončili učňovskou zkouškou a výučním listem. „Zatímco v letech 2015–2019 počty absolventů, kteří po ukončení studia nenašli práci, soustavně klesaly, v roce 2020 nastal zvrát k horšímu a ten se loni ještě prohloubil,“ uvedla Eva Svobodová, členka představenstva a generální ředitelka AMSP ČR. Celková míra

nezaměstnanosti absolventů s výučním listem odrážející jejich počty v jednotlivých letech se v roce 2020 v meziročním srovnání zvýšila ze 4,2 % na 6,5 %, v roce 2021 jich bylo dokonce 9,8 %. Jednotlivé řemeslné profese přitom nárůst nezaměstnanosti postihl v různém rozsahu. Podle statistik AMSP ČR patří k nejpostiženějším učební obory výrobce potravin (20 % nezaměstnaných v roce 2021), knihař (17,4 %), tiskař a prodáváč (shodně 15,8 %) nebo oděvní výroba (17,1 %).

I to podle Josefa Jaroše souvisí s covidovou pandemií a opatřeními k jejímu potlačení. „Trh práce byl dramaticky zasažen, a to se promítlo i do situace absolventů. Firmy jsou celkově opatrnější v přijímání nových zaměstnanců, protože se jim do budoucna cokoli obtížně plánuje,“ upozornil Josef Jaroš a dodal: „Zaměstnavatelé jsou navíc ostražití vůči čerstvě vyučeným řemeslníkům, kteří absolvovali závěr studia v režimu distanční výuky a do školních dílen nesměli vkročit ani proto, aby připravovali své závěrečné práce. Nicméně to považujeme za výkyv v důsledku koronavirové krize, který se opět vrátí na pozitivní cestu zvyšování zájmu mladých o řemeslo.“ (tz)

Regenerační centrum v Brodsku u Konice dobře slouží



Mgr. Jarmila Podhorná

Vaše firma patří mezi oblíbené a inovativní. Stále zařazujete novinky do nabídky bylinných tinktur. Oč je dnes z vašeho bohatého sortimentu v době, které jsme se naučili říkat covidová, největší zájem?

Nejvíce žádané jsou bylinné přípravky na podporu imunity, zlepšení následků po prodělání covidu, nervových problémů, únavy, dýchacích problémů a následků na pohybovém aparátu.

Není však jen covid, ale virových onemocnění je hodně. Jak tedy jít imunitě naproti? Dodržovat harmonický životní styl není až tak jednoduché, například lidé z businessu bývají nadmíru unavení a přepracovaní, neumí odpočívat a hledají cesty, jak efektivně utužit svoji kondici i jinými způsoby. Pro ně máte jistě řešení...

K nejlepším bylinným prostředkům na podporu imunity patří eleuterokok, echinacea, maralí kořen. Nejvyužívanější jsou však gemmoterapeutika, a to z černého rybízu, lesního bezu hroznatého a ořešáků. Únava většinou znamená, že jsou oslabena játra, a zde pomáhá gemmoterapeutikum z ostropestřce a jalovce. Také zhoršení problémů pohybového ústrojí vyvolává únavu a tam nám může pomoci gemmoterapeutikum z topolu olše a třezalky.

Loni jste uvedli do provozu přímo u vás v Konici Regenerační centrum. Splnil se tak váš sen o tom, jak účinně mnohým lidem pomoci. Co všechno nabízíte, jakou diagnostiku máte k dispozici?

Mým snem bylo vytvoření regeneračního centra, které by mohlo též alternativní cestou lidem pomáhat zlepšit problémy zdravotního

Člověk je tvor svým způsobem nepoučitelný. Často jede takřikajíc na doraz svých možností. Těžko rozpoznává hranice svých sil, ne včas se odhodlá si odpočinout, změnit rytmus života. Jako by chtěl do jediného dne vměstnat vše, na co by mu měl stačit měsíc. Zejména lidé z businessu, a ženy zvláště, nedokážou vypnout, a někteří si ve stresu přímo libují. Průšvih pak na sebe nenechá dlouho čekat. Únava, oslabená imunita, náchylnost k nemocem. K tomu dnes covid, který přepisuje dějiny a nárokuje si neuvěřitelné množství lidské energie na zvládání všeho, co s jeho výskytem souvisí. Vlastnit nebo řídit firmu v období, kdy letí náklady nahoru neuvěřitelným tempem, omezuje se výroba či služby kvůli nedostatku pracovníků, kteří jsou nemocní nebo v karanténě, vede k nejedné krizové situaci. Promítá se to i do kondice majitelů, manažerů. V takových chvílích se začínají víc a víc zamýšlet nad tím, jaké priority a hodnoty budou ctít. A vlastní zdraví je jednou z nich. Často to však bývá vykoupeno zkušeností, kterou není radno opakovat. Podpořit kondici mohou také alternativní cesty ke zdraví. Mgr. Jarmila Podhorná, majitelka firmy NADĚJE, vybudovala v nedávné době také regenerační centrum. A to v místě, kde sídlí její rozsáhlá pupenová zahrada, světový unikát, a samozřejmě výroba ojedinelých bylinných tinktur, v moravském Brodsku u Konice:

stavu. Důležitá je diagnostika, a v tom nám může pomoci Eri systém, nadčasová technologie, která nám podá základní informace o stavu organismu.

Pro zjištění virových, bakteriálních záležitostí můžeme využít přístroj Salvia. Ke zlepšení problémů pohybového aparátu se hodí Denas terapie, která zmírňuje bolestivé stavy pohybového aparátu. Také LED terapie je účinná na tyto problémy, kdy zlepšuje stav organismu obnovou kapilár, prokrvením, a tedy zmenšuje zánětlivost. Na stejném principu pracuje pomocí infračerveného světla přístroj Bioptron. Ke zlepšení pohybových problémů také můžeme využít přístroj Ceragem Master V3, který pomáhá navracet páteř do její přirozené polo-

hy. Ke zmírnění respiračních onemocnění horních i dolních dýchacích cest slouží profesionální inhalátor NE-U780. Ballancer 606 podporuje zase tok lymfy, a tak pomáhá při řešení otoků a při syndromu těžkých nohou.

Je bezpodmínečně nutné absolvovat například týdenní pobyt?

Nejlépeší je absolvovat několikadenní pobyt, ten pomůže dát organismus do lepšího stavu.

A když se zájemce dostaví, čím začínáte?

Určitě diagnostikou, která nám pomůže odhalit příčiny potíží a zvolit další postupy.



Zkuste, prosím, uvést příklad. Začal další rok, majitelka firmy se ještě nevzpamatovala z náročného závěru roku minulého, a cítí se, jak se lidově říká, pod psa. Navíc před týdnem prodělala covid, přemýšlí, jak organizmus nastartovat. Doslechla se o vašem novém pracovišti i pupenových tinkturách, kterými lze upravit vyšší tlak, lépe se adaptovat na stres, posílit imunitu, kvalitněji spát. Co má udělat?

Základ je zase diagnostika. Zjistíme příčinu toho, co člověka trápí, a dále z toho vyjde řešení terapeutickými přístroji.

Jak přesvědčit všechny ty, kteří bojují s časem, aby si našli chvíli sami na sebe? Je to opravdu tak těžké?

Ze zkušenosti vím, že většinou ti, kteří bojují s časem, jsou hlavně podnikatelé, jenže ty k rozhodnému kroku přimějí až vzniklé problémy. Což samozřejmě není nejlepší cesta. Ne zastupitelná je prevence nebo včasné řešení.

Můžete zmínit kapacitu centra a průměrnou čekací dobu, než se na zájemce dostane?

Jelikož přístrojů máme na stejné problémy více, tak čekací doba je většinou týden.



V jakých cenových hladinách se pohybujete?

Snažíme se, aby naše ceny byly dostupné, většinou kolem 200 korun za uplatnění jednoho přístroje, dražší je LED systém, který zajišťuje několik druhů působení na organismus, v tomto případě je taxa 500 Kč za proceduru.

Chystáte nějaké další novinky týkající se provozu Regeneračního centra?

Na jaře dáme do provozu vířivku s ozonem, která přispěje k regeneraci organismu a likvidaci bakteriální a virové zátěže, a tím přispěje k obraně imunity.

za rozhovor poděkovala Eva Brixí

Umělá inteligence pro vaši administrativu

Konica Minolta uvedla na český a slovenský trh řešení pro správu elektronických dokumentů od společnosti M-Files. Technologie využívá prvky umělé inteligence, jež umožňují mimo jiné zrychlit vyhledávání dokumentů až o 40 % nebo zkrátit dobu jejich vytváření na polovinu. To potvrzuje i studie nezávislé poradenské společnosti Forrester, která současně vyčíslila návratnost investice do takového řešení u středně velké firmy na přibližně jeden rok.

„Naším zákazníkům zjednodušíme administrativu a současně zajistíme vyšší bezpečnost a flexibilitu práce s dokumenty. Ačkoli služby v oblasti digitalizace dokumentů v České republice poskytujeme přes deset let, celoevropskou spolupráci s M-Files vnímám jako významný pokrok,“ řekl Lukáš Král, produktový manažer ECM Konica Minolta Business Solutions Czech, a dodal: „Dnes zákazníkům v této oblasti dodáváme jak naše vlastní řešení, tak nástroje Microsoft M365 a v neposlední řadě také další platformy pro práci s dokumenty nebo automatizaci procesů. Technologie M-Files přitom může fungovat samostatně, nebo může být součástí komplexnějších řešení, ve kterých je více platforem a produktů.“

Výhodou platformy M-Files je podle Konica Minolta mimo jiné jednoduchá a rychlá instalace bez nutnosti zdlouhavé analýzy nebo migrace dat a nastavení do nového systému. Umělá inteligence si sama zmapuje jednotlivá úložiště a nalezené

dokumenty se následně zobrazují v rámci jednoho uživatelského prostředí, kde s nimi mohou zaměstnanci pracovat.

„Při zavádění řešení nechají zákazníci jednoduše všechna svá data na stávajících historických úložištích, jako je SharePoint, OneDrive, Google

Drive, síťové disky a další. Vše se automaticky dohledá, propojí a na základě tzv. metadat promítne do jakéhosi virtuálního stromu. Tento princip zároveň eliminuje nebezpečí, že někdo například dokument uloží do nesprávné složky a pak už jej nikdy nedohledá,“ vysvětlil Lukáš Král s tím, že mezi tzv. metadata patří například označení druhu dokumentu, jako je faktura, nákupní objednávka, předávací protokol, kontrolní nebo dodací list, jeho autor, datum vytvoření, částka na dokumentu a podobně.

Partnerství s mezinárodní společností M-Files dává Konica Minolta možnost oslovit nadnárodní společnosti, ale také nabídnout stejné řešení a rozšířenou podporu i malým a středním podnikům v České republice a na Slovensku, včetně výhodných cenových podmínek pro nákup licencí M-Files.

„Díky znalostem místní legislativy a mnohaletým zkušenostem s nasazováním DMS umíme navrhnout řešení na míru každému zákazníkovi, včetně vlastních modulů. Další alternativou jsou pak už hotová řešení, která si firmy mohou vyzkoušet. Nadnárodní zákazníci mohou zase těžit z našich lokálních expertních týmů, které dokážou nasadit řešení odpovídající legislativním podmínkám v jednotlivých zemích,“ uzavřel Lukáš Král.

(tz)



ProCit se stal pro postižené druhou rodinou



Irena Vítovcová

Čím vás oslovilo téma autizmu? Byla to vaše osobní zkušenost, nebo jen touha pomoci těm, kteří poruchou trpí?

Autismus se pro mě stal součástí života v okamžiku, kdy byl u mého staršího syna před 13 lety diagnostikován. V ten moment se změnil život nejen mně, ale i celé rodině. Pomoci zkvalitnit život nejen Matyášovi, ale i dalším rodinám s „jinými“ dětmi, se stalo mým posláním.

Děti i dospělých s poruchou autistického spektra přibývá. Rodiny a společnost si často nevědí rady, jak s nimi žít. Co je podle vás nejdůležitější udělat?

Důležité je člověka s autizmem přijmout, nevyčleňovat ho ze společnosti, ale naopak těžit z jeho jinakosti.

Proč a s jakým cílem vznikla vaše nadace ProCit?

ProCit byl založen v roce 2010 s cílem vytvořit bezpečné prostředí pro setkávání rodin s dětmi s autizmem. Po-

Žijí s námi, a přece tak trochu někde jinde. Rodin, pro něž autizmus není jen abstraktní pojem, ale každodenní realita, přibývá. Každá pomocná ruka je pro ně „zázrakem“, důležitou oporou při zdolávání úskalí při spojení s touto poruchou. Nadace ProCit patří k těm, kteří autistům otvírají náruč. Rozhovor s Irenou Vítovcovou, zakladatelkou nadace, Ženou regionu pro Plzeňský kraj 2018 a nositelkou ocenění APLAUS, NAUTIS Praha – Čestné uznání v kategorii Dospělí 2016, řekne víc.

stupem času se zprofesionalizoval natolik, že kromě sociálních služeb pro celé rodiny s dětmi od 1 do 26 let organizuje spoustu kurzů, besed, seminářů, výstav, volnočasových aktivit, charitativních akcí, ale i letní a zimní pobyty. Ve spolupráci s městem Plzeň jsem začala letos v létě pracovat na studii a projektu domu pro dospělé s autizmem a problémovým chováním, kde by mohli žít a vzdělávat se za pomoci odborného dozoru. Půjde o specializovaný dům, v němž bude každý mít svůj samostatný pokoj, a počítá se s 24hodinovou pečovatelskou službou.

Co vám v nadaci dělá radost a co je v ní nejtěžší?

Mám velkou radost z týmů ProCit. Jsme skvělá parta, která od začátku pro děti dělá maximum. Aby se „jiným“ dětem žilo lépe, aby se cítily šťastné, pochopené a zažívaly radost z běžných aktivit, které by třeba bez ProCitů ani nezkusily, nepoznaly. Šťastnou mě dělá i pocit radosti ze setkání rodin, kterým se stal ProCit pomyslnou druhou rodinou, jak rádi říkají.

Jak se vám psala kniha O autizmu, která shrnuje deset let práce a zkušeností v nadaci?

Nápad na sepsání našich zkušeností, příběhů a zážitků přišel už před dvěma lety. Některé texty jsme vytáhli z šuplíku, oprášili, doplnili a další sepsali. Vznikla tak ucelená odborně naučná publikace, ve které se čtenáři dočtou spoustu užitečných, úsměvných příběhů. Nejtěžší bylo sehnat finanční prostředky

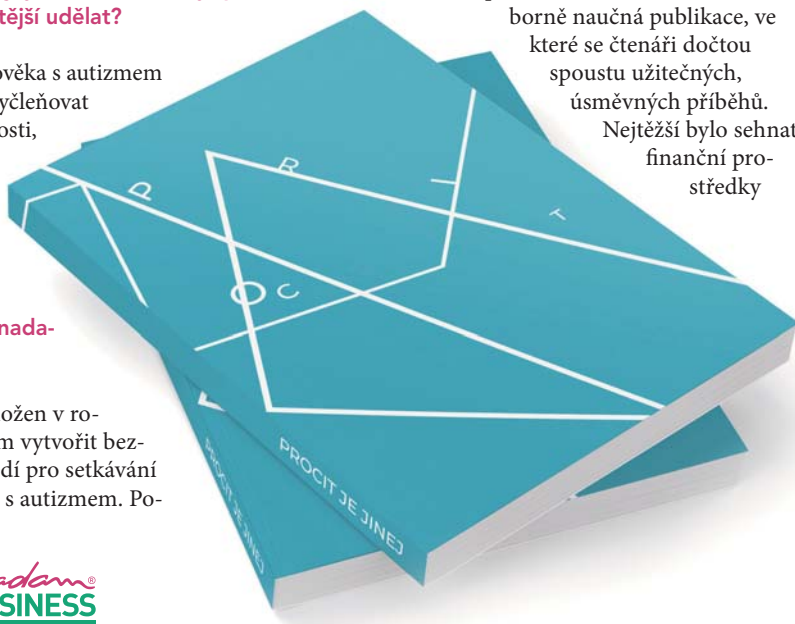
k vydání. Vše se ale díky podpoře Západočeské univerzity, Katedry pedagogiky a Sociálních služeb města Plzně povedlo a my už vyprodáváme druhý dotisk. Byla by velká škoda nechat si pro sebe naše poznatky na základě času stráveného s dětmi s autizmem a jejich rodinami, ale i příběhy viděné okem asistentů, lektorů a rodičů. ProCit je tady totiž už celé desetiletí, a proto jsem šťastná, že narozeniny můžeme oslavit vydáním knihy.

mnoho úspěchů vám, nadaci i zmíněným rodinám popřál Pavel Kačer

Občanské sdružení ProCit, z. s.

bylo založeno již v roce 2010 se záměrem poskytovat a zajišťovat bezpečný prostor pro setkávání rodin s poruchou autistického spektra (PAS). Od našich začátků jsme ušli velký kus cesty směrem k profesionalizaci našich služeb. V současné době tak můžeme nabídnout nejen zázemí, ale i odbornou podporu rodinám s dětmi s PAS i široké veřejnosti. Počínaje rokem 2014 se naše sdružení stalo poskytovatelem sociálně aktivizačních služeb pro rodiny s dětmi s handicapem, zvláště pak pro děti s autizmem ve věkovém rozmezí jeden rok až 26 let. Současná kapacita služby je 12 rodin. Kromě sociální služby nabízíme pestrou škálu volnočasových aktivit, nácviky sociálních dovedností i speciálně-pedagogickou péči, dětské i rodičovské skupiny. V našem programu najdete mnoho jednorázových zážitkových akcí pro celou rodinu, několikrát do roka dále organizujeme víkendové i týdenní vzdělávací a sportovně-relaxační pobyty. Pomáháme tak zpestřit a smysluplně naplnit volný čas našich klientů.

V rámci osvětvy a vzdělávání realizujeme akreditované kurzy, semináře, besedy a workshopy pro odbornou i širokou veřejnost. Každý rok organizujeme dnes již tradiční osvětové zaměřené charitativní akce (Benefiční koncert, Run for ProCit). Podpořit nás můžete příspěvkem na konto veřejné sbírky. Veškerý výtěžek je věnován na realizaci vzdělávacích a sportovně-relaxačních pobytů pro rodiny s dětmi s autizmem.



Nedostatečná podpora částečných úvazků a nízké sebevědomí mají vliv na zaměstnanost žen

Nízké sebevědomí připravuje ženy o řadu pracovních příležitostí. Bojí se jít do rizika, a mnohdy ani nezkouší získat zaměstnání, ve kterém by splnily jen část inzerovaných požadavků. Aktuální nastavení trhu práce v České republice zároveň téměř nepodporuje zkrácené úvazky. V porovnání s ostatními státy EU se dokonce řadíme na sedmé nejhorší místo. Řešení, které by mohlo ženám usnadnit zapojení do pracovního procesu, je zvýšení sebedůvěry, postupné odbourávání překážek a schopnost překonat stereotyp, že musí mít práci ve svém původním oboru. Díky tomu by mohlo na trh práce přijít až 25 000 nových zaměstnankyň.

Podle kvalifikovaného odhadu společnosti Flecto je v současné době okolo tři čtvrté miliónu žen, které nejsou zařazeny do pracovního procesu, přitom by mohly, a mnohé i chtěly. Patří mezi ně maminky na rodičovských a mateřských dovolených, důchodkyně či studentky. Na základě dat Eurostatu bylo v Česku v roce 2020 jen 5,6 % zaměstnanců, kteří pracovali na zkrácené úvazky. To je dokonce sedmý nejhorší výsledek v rámci celé Evropské unie. Nejlépe je na tom Nizozemí, ve kterém na částečný pracovní poměr pracuje více než 47 % zaměstnanců. „V současné době je trh práce v České republice málo pružný. Flexibilita v zaměstnávání přitom odbourává řadu překážek a otevírá mnoho pracovních příležitostí pro všechny, kteří nemohou nebo nechtějí pracovat na plné úvazky,“ komentovala Jana Stehlíková, spoluzakladatelka a jednatelka digitální platformy Flecto, která má za cíl modernizovat trh práce pomocí fragmentarizace plných úvazků na dílčí směny. Není to ale jen o nedostatečné podpoře zkrácených úvazků. Ženy napříč generacemi trápí také nízké sebevědomí, které ovlivňuje stále se měnící podmínky na trhu práce a taktéž skutečnost, že se během rodičovské dovolené soustředily více na rodinu než na rozvoj znalostí ve svém původním oboru. Problematika malé sebedůvěry se obecně netýká jen maminek po rodičovské dovolené, ale také starších žen ve věku okolo 55 let. Ty si naopak vytvářejí osobní mentální překážky – nepřijdou si dostatečně dobré a bojí se špatných zkušeností. Tímto se však ženy samy připravují o řadu pracovních

příležitostí. Pokud by vyšly ze své komfortní zóny a více si důvěřovaly, mohlo by na trh práce přijít až 25 000 nových zaměstnankyň. „Až překvapivě často se setkáváme s tím, že ženy snaží se najít uplatnění na trhu práce mají obavy spojené s chováním zaměstnavatelů. Rozhodně bych nepodpořila tvrzení, že diskriminace žen na trhu práce je pouhý mýtus. Stále se ještě setkáváme s tím, že žena pozici nedostane, protože děti ještě nemá, nebo naopak kvůli tomu, že je má. Přesto se chování zaměstnavatelů výrazně mění. Stále více si uvědomují, že cílit na ženy jako zaměstnankyň znamená především nabídnout jim flexibilitu, nikoli ji od nich očekávat. Nabízejí tedy různé formy flexibilních úvazků, což usnadňuje zapojení i další skupiny žen, která je na českém trhu práce zatím opomíjena. Jde o ženy ve věku nad 63 let. Právě míra zaměstnanosti u této věkové skupiny se v rámci zemí EU zvyšuje. Český trh práce tento růst teprve čeká,“ uvedla Kateřina Tkadlecová, taktéž spoluzakladatelka a jednatelka společnosti Flecto. Kdyby se zpružnily procesy rekvalifikací, které jsou v současné době zbytečně komplikované, přivedlo by to do pracovního procesu mno-

hem více žen. Například programy pro ženy na rodičovské dovolené patří sice k těm více podporovaným, ale jen malá část z maminek na ně skutečně dosáhne. „Přitom je v dnešní době spousta možností, jak by bylo možné rekvalifikace udělat dostupnější. Například přesunutí teoretické části do online prostoru, e-learningy či webináře v odpoledních hodinách. V tom vidím budoucnost. Ne každý má možnost týdny vysedávat v učebnách a dojíždět na rekvalifikační kurzy. Dokonce i pro zaměstnavatele je to výhodnější, protože se jim sníží náklady,“ doplnila Jana Stehlíková. Flecto je nová digitální platforma, která přináší flexibilitu na trh práce. Spuštěna byla na podzim roku 2021. Umožňuje plánování práce dle časových možností pracovníka a dělení plných úvazků na dílčí směny. Zaměřuje se především na pečující rodiče, stále aktivní seniory, studenty, a vlastně všechny, kteří se nechtějí vázat na jednoho zaměstnavatele. Zaměstnavatelům tak poskytuje možnost efektivně využívat dodatečné lokální lidské zdroje bez časových ztrát a zbytečné administrativy. Vše je možné vyřídit online přímo na platformě, není nutné nikam chodit ani volat. (tz)



Mixuju tě, tedy miluju tě

Mixit.cz je internetový obchod nejen pro fanoušky zdravého stravování. Na stránce www.mixit.cz si může každý namixovat svou osobní směs cereálií, müsli, ovesných kaší a mixů sušeného ovoce a oříšků z více než 70 různých ingrediencí, jako jsou různé cereální základy, sušené ovoce, semena, oříšky, ale i chuťovky jako čokoláda, gumoví medvídci nebo třeba lentilky či skořice.

Součástí nabídky jsou i předpřipravené směsi vytvořené výživovými specialisty a nabídka surovin například pro celiaky nebo alergiky na určité typy potravin. Dalšími produkty v sortimentu jsou Mixit čokolády z kvalitní 70% tmavé čokolády ochucené lyofilizovaným ovocem a oříšky, müsli tyčinky Mixitky, drinky v prášku, slané oříškové mixy i sušenky. Mixit vše zabalí do krásného tubusu v designu firmy a zákazník si může vybrat doručení poštou, PPL nebo osobní odběr v Zásilkovně.

Elixír lásky, který vám nestoupne do hlavy
Nečekejte kouzelný nápoj ani klišé v podobě bublinek. Tento Elixír neteče, zato ale kouzel-

ně křupe. Na vlnách müsli se vznášejí kousíčky ruby čokolády, mrazem sušené jahody, maliny a mezi plátky mandlí a afrodiziakální guaranou zurčí borůvky v hořké čokoládě s jahodovým prachem. Jako každý rok si v Mixit dali záležet i na obalu. Tubus je na pohled stejně pohádkový, originální a plný lásky jako jeho obsah. Tento Elixír obměkčí nejedno srdce, ať už ho své drahé polovičce daruje rytíř, nebo rytířka.

Ovoce ve svůdném kabátě

Sladkokyselé ovoce Mixit oblékl do šatů z mléčné a hořké čokolády a doplňky zvolil ořechové. Maliny, jahody, borůvky, černý rybíz, mandle a lískové oříšky – ty všechny mají oděv z různých čokolád, ale vsadíme se, že jim dlouho nevydrží.

Lahodné jak políbení, jemné jako láska

Křupavé preclíky zaha-lené do saténového hávu



bílé čokolády s příchutí jogurtu podráždí vaše chuťové pohárky špetkou soli. Skryté jsou pod závojem jahodového prachu, který je tak tou pomyslnou... no ne úplně třešničkou na dortu, ale zkrátka jahodou na preclíku! Zapomeňte na šampaňské s jahodami. Tato kombinace je daleko rafinovanější!

Lanýž nad zlato

Čím obdarovat nejdražší bytost na světě? No přece nejdražší potravinou na světě! Sváteční večer nedoplní nic lépe než zlatavé pečené kešu ořechy s prachem z lanýžů, barevným pepřem a himalájskou solí. Jejich aroma vás lapí hned po otevření víčka a nebudete se jich moct nabažit. Nemusíte mít strach, vaše láska rozhodně žárřit nebude. Bude na tom totiž úplně stejně.

(tz)



Fejeton

V domě straší zlý duch?

Je to dost nepříjemný pocit, když zjistíte, že nejste v domě sami. Že se u vás zabydlel nezvaný návštěvník. Pokud víte, kdo to asi může být, alespoň trochu vás to uklidní. Ale když se do-tyčný objevuje jako přízrak a jako přízrak mizí, slabší povahy obestře bázeň. Žena v takovém okamžiku může hystericky vykřiknout varovnou větu „buď on (ono), nebo já!“, což jednoznačně znamená ultimátum, že tu pro oba není místo pod jednou střešou.

V naší roubené chalupě na Kokořínsku jsme zvyklí žít v souladu s přírodou. Pavouky nevyháníme a pavučiny vymetáme jen v místech, kam svítí slunce a kde jsou pro oko až příliš nápadné. S mravenci jsme uzavřeli smír, a pokud nelezou, kam nemají, necháváme je koexistovat. Pootevřeli jsme dveře zatoulaným kočkám a udělali si z nich nejlepší kamarády. Ptáčkům v zimě sypane do krmítka a vždy oplácíme, když některý, lehkotvárný a neopatrný, skončí v kocourčích drápech. Dlouho nám obydli léčil datel a jeho charakteristické tukání dotvářelo genius loci, než jsme z něj našli na zahradě jen rozházená černobílá pírká.

Samostatnou kapitolu tvoří myšky a rejsci. S nimi jsme se nedokázali spřátelit. Slabší pohlaví se jich štítí a umírá hrůzou při představě, že lezou po všem, hryžou do všeho jedlého i nejedlého a všude trouší hovínka. Mužský by s tím takový problém nedělal, ale rozumí tomu, že drobní

hlodavci mohou přenášet nebezpečné nemoci ohrožující člověka.

Když nám některý kočičí kamarád přinese zakousnutou myšku, aby se pochlubil a sklídil pochvalu, dostaví se dobrý pocit, že ty hladové kočičí krky nežijí nadarmo. Jenže ani čtyři šelmy se beze zbytku nevypořádají s invazí, když se hlodavci na zimu stěhují z pole do pohodlí interiéru. Deratizaci musí vzít do rukou i pán domu.

Protože jed nepokládáme za humánní prostředek likvidace a máme obavy, že by se jím mohl otrávit i někdo jiný než hlodavec, jdeme na věc přes osvědčené pastičky. Po létech lepších i horších zkušenostech jsme se docela v tomto oboru vypracovali a více méně vyhnali drobné tvorečky z našeho bydliště. Boj s nimi však není nikdy u konce a po kratším či delším příměří nastává znovu další dějství. S tím jaksi počítáme a bereme to tak, že příroda prostě funguje, jak má.

Neměl bych ještě zapomenout na někoho, koho jsme sice nikdy nezahledli, ale po večerech slýchali často a pravidelně. Na půdě, respektive v prostorách mezi stropem a půdou, se proháněly kuny. Na to, malá a plachá zvířátka to jsou, nadělaly takový hluk, že se nedal přeslechnout. I na to jsme si však zvykli a pokládali to za určitý kolorit večerů na slamníku. S příchodem zatoulaného kocourka Fandy, který si nás vybral k svému trvalému pobytu, však kuní hrátky utichly. Máme za to, že to má souvislost s významným fandova teritoria. Škoda, že tento užitečný bojovník nás jednoho dne navždy opustil a dům zůstal opět bez ochrany.

V současnosti totiž nastala bezprecedentní situace. V sednici se začaly dít strašidelné věci. Jednoho krásného dne přestala sloužit mikrovlnná trouba a příčinou byl překousaný elektrický kabel. Vysvětlili jsme si to tím, že myš domácí si prostě potřebovala nabrousit zoubky. O týden později si někdo brousil zuby na prodlužovací šňůře. To už nebylo jen tak a začali jsme věřit zradu. V podezření, že něco určitě není v zaběhnutém pořádku, nás utvrdila okousaná vánočka. Kdopak asi tak miluje moučkový cukr, jímž byla posypána? A kdo vyleze na stůl, který až dosud poskytoval potravinám dostatečné bezpečí před mlsnými jazyčky? Ne, tahle práce se nepodobá na nikoho, s nímž jsme dosud přebývali pod jednou střešou. Zvláště když později zmizela, a dosud se nenašla, nastražená pastička s oříškem. A neznámý odcizil i rajčata na okenním parapetu. Rohlík, na němž jsme chtěli zkoumat otisky zubů nenechavce, po jedné noci byl pryč docela.

Neodhalili jsme dosud pravého viníka, i když podezřelých je několik. Myš? Krysa? Kuna? Nebo docela jiný škůdce? Nemůžeme dál žít v nejistotě. Situace dospěla do stadia „buď on, nebo my!“. Do služby jsme nasadili Marka. Mouravátého kocourka, který si troufne na myši a ptáky, možná že i na něco většího. V noci teď přebývá v sednici, i když vždy zaleze pod postel a tam spí. Říkáme si, že to není strachy, ale z takticko-loveckých důvodů. Co bude dál, se teprve ukáže. Dali jsme nezvanému hostovi poslední šanci k čestnému ústupu, než do bitvy nasadíme nejtěžší kalibr – produkty bytové chemie.

Pavel Kačer

Plýtvání vodou vnímají jako problém spíše ženy

Dlouhodobé sucho, vzrůstající ceny energií, šetrnější přístup k přírodním zdrojům. Voda a její spotřeba v domácnostech jsou v současné době opět jedním z hlavních společenských témat. Ne všichni ale k problematice přistupujeme stejně. Podle nedávných průzkumů a analýz pro značku Finish ženy vnímají plýtvání vodou jako problém více než muži a při mytí nádobí spotřebovávají v průměru o téměř jednu desetinu vody méně.

Rozdíly mezi pohlavími jsou patrné už u povědomí o suchu nebo plýtvání vodou obecně. Průzkum společnosti Stem Mark pro značku Finish odhalil, že 30 % mužů si nemyslí, že Češi plýtvají vodou, zatímco u žen tento názor sdílí pouhá pětina. Něžné pohlaví také považuje téma šetření vodou v České republice za důležité. Rozhodně souhlasí dvě třetiny žen. U mužů jde o 56 %.

Tato data potvrzují i analýzy společnosti Ipsos. Z nich vychází, že v domácnostech s myčkou muži o více než 20 % častěji myjí nádobí v ruce namísto vložení do myčky a při mytí nádobí spotřebovávají o téměř jednu desetinu vody více než ženy. Když už ale myčku použijí, ženy častěji předmývajjí nádobí před tím, než je do myčky vloží, je jich v porovnání s muži o 6 % více.

„V České republice je přes 1,3 miliónu lidí, kteří stále předmývajjí nádobí před vložení do myčky. Podle našich výpočtů ročně dohromady vyplývají vodu v astronomickém objemu 3,8 miliardy litrů, což by naplnilo největší



foto Pixabay

přírodní jezero v České republice, Černé jezero. I proto jsme loni v květnu představili tablety Finish Quantum Ultimate s technologií ActiveBlu, které si poradí i s nepředmytým nádobím. Voda tak může zůstat v české krajině,“ řekl Lukáš Klimek, category manager společnosti Reckitt.

Průzkum také odhalil, jak na sebe nahlížíme v partnerském vztahu. Zatímco obě pohlaví se shodně vyslovila, že se v jejich domácnosti šetří vodou (92 % mužů; 90 % žen), pak při otázce, kdo konkrétně s vodou lépe hospodaří, se jejich odpovědi lišily. Pouhých 25 % žen označilo svého partnera jako osobu, jež šetří vodou. Muži své partnerky takto vnímají ve 43 % případů. Na tom, kdo šetří vodou v domácnosti nejvíce, se obě strany též shodly. Většina z nich si myslí, že to jsou právě oni.

Takto se vyslovilo 65 % mužů a 73 % žen. To, že by to byla právě jejich drahá polovička, přiznalo 19 % mužů a 13 % žen.

„Řada studií potvrzuje, že důraz na ekologický šetrný chování kladou častěji ženy než muži. To však neznamená, že muži o ochraně životního prostředí nepřemýšlejí. Šetření vodou a předcházení jejímu znečištění jsou v době, kdy čelíme klimatické krizi, snad ještě důležitější než kdy dříve,“ uvedla Yvonna Gaillyová z Ekologického institutu ZO ČSOP Veronica. Pozitivní zprávou je vztah Čechů k dobrovolnickým projektům. Téměř 75 % dotázaných uvedlo touhu zapojit se poprvé v životě do boje se suchem. V počtu těch, kteří již přiložili ruku k dílu, dominují muži. Každý pátý uvedl, že se již věnoval dobrovolnické pomoci v boji se suchem v rámci ekologických projektů.

U žen jde o každou devátou.

Projektům ke zlepšení situace s vodou v České republice se věnuje i značka Finish, která společně s Českým svazem ochránců přírody zahájila v České republice dlouhodobou iniciativu s názvem Voda pro českou krajinu. Jejím cílem je revitalizace české krajiny, která přispěje k zadržování vody v půdě, a edukace veřejnosti zaměřená na snižování spotřeby vody v domácnostech.

Loni se v rámci projektu Voda pro českou krajinu kromě jiných aktivit již zrealizovaly terénní práce v krajině horního Polabí u Hoříněvsi a do konce roku v lokalitě V Krejdách u Žďáru nad Sázavou. Zkraje letošního roku se pak spolupráce zaměří na rozsáhlejší revitalizaci krajiny v okolí hory Blaník. V říjnu 2021 se zapojili do údržby vybraných vodních ploch i zaměstnanci společnosti Reckitt.

(tz)



foto Kateřina Šimková

Hobby zboží vévodí dvě třetiny roku zahradní sortiment



foto Kateřina Šímková

Při nakupování hobby sortimentu se lidé nejčastěji poohlíží po vybavení na zahradu. Tato kategorie vévodí prodejm od března do října. Vyplývá to z loňských statistik tuzemského hobbymarketu Kinekusu. Dalšími hojně vyhledávanými skupinami jsou železářství a zboží pro domácnost. Spotřebitelé pro kutilské vybavení loni mířili nejčastěji od dubna do června, výrazně menší zájem pak zpravidla projevují začátkem roku. Mezi hlavní faktory ovlivňující nákup patřily pandemie, proměnlivá data svátků či začátek školního roku.

Statistiky prodeje tuzemského hobbymarketu Kinekusu ukazují, že čeští spotřebitelé v sortimentu hobby zboží nejčastěji pořizují příslušenství pro svoji zahradu. Tržby tohoto segmentu byly v loňském roce nejvyšší od března do října, přičemž na celkovém obratu hobbymarketu se podíleli více než z jedné čtvrtiny. „V rámci zahrady jsou nejprodávanějšími položkami substráty, přepravky, briky, netkané textilie, tyče k zelenině či sudy na vodu. U této

sortimentní skupiny jsme v loňském roce zaznamenali obrat přes 14 milionů korun,“ řekl Roman Mazák, předseda Družstva CBA, pod které Kinekus v České republice spadá. V období od listopadu do února se pak z hlediska hobby zboží stalo nejprodávanějším segmentem příslušenství pro domácnost. „V celoročním úhrnu zaznamenala tato sortimentní skupina tržby přes deset milionů korun, má přitom téměř pětina podíl na celkovém obratu hobbymarketu. Nejprodávanějšími položkami do domácnosti jsou interiérové barvy, tmely, silikony, lepidla, popelnice, žebříky a překvapivě také vánoční stromky, které měly v loňském roce nebývalý úspěch,“ řekl Roman Mazák. Trojici nejvíce vyhledávaných hobby segmentů pak doplňuje kategorie železářství. Z hlediska konkrétních měsíců byl v loňském roce nejsilnější květen, který se na celkových tržbách Kinekusu podílel 11,5 %. Při porovnání stejných statistik z roku 2019 lze však pozorovat změnu u druhého neúspěšnějšího měsíce. Zatímco dříve se hobby zboží po pátém měsíci v roce prodávalo nejvíce v prosinci, vloni byl z pohledu tržeb po květnu nejsilnější duben následovaný červnem.

Podle Romana Mazáka má tato změna hned několik vysvětlení. „Roli hrály například dřívější Velikonoce, které vloni byly už začátkem dubna. Pro řadu kutilů znamenají start prací na zahradě. Ruku v ruce s tím jde i faktor počasí – jakmile se začne výrazněji oteplovat,

tržby letí nahoru. Loňský rok zároveň ovlivnila i pandemie, kdy se po velmi složité zimě začala situace v dubnu postupně zlepšovat a v rapidních růstech tržeb se postupně propadla až do června,“ sdělil Roman Mazák. Naopak nejnižší prodeje je možné u hobby zboží pozorovat v prvních dvou měsících. Zatímco v roce 2019 byl nejslabší únor, vloni se nejméně zboží prodalo v lednu. Podle Romana Mazáka se lidé kutilským pracím věnují v tomto období méně a zpravidla tak činí v domácnosti. Limitují je nejen nízké teploty, ale také jiné zájmy, typicky výlety za sněhem. Výrazným faktorem je také povánoční nákupní útlum, který lze dobře pozorovat nejen ve zmíněných kategoriích zahrady či domácnosti, ale i v segmentu železářství, stavby či elektra. Oproti období před Vánoci u nich v lednu byly poloviční, v některých případech i třetinové prodeje. Podobný vývoj proto předpovídá předseda Družstva CBA také pro letošní rok, když celkové dosavadní tržby napříč sortimentními skupinami zatím mírně převyšují loňský leden.

Zvláštním případem je měsíc září. „Z dlouhodobého hlediska jde o slabší období, do kterého u spotřebitelů vstupuje zejména faktor začátku školního roku. Lidé se tak místo starosti o domácnost či zahradu věnují svým dětem a hobby sortiment začínají vyhledávat více s nástupem podzimu a blížících se Vánoc,“ uzavřel Roman Mazák.

(tz)