

P R O S P E R I T A

Madam Business[®]

Jan
Hruška

Stínohra

Tomáš Kozák

Stíny hor
jsou chladné ve špicích.
Mají svou bílou čepici.

Stíny domů
se spolu snoubí v ulicích.
Nesní o zlatých přílbicích.

Stíny lidí,
o ty se zas opíráš.
Každodenní mariáš.

Pomáhám najít širší souvislosti,
často i nový smysl

str. 1, 10–11, 13

rozhovor měsíce

s Ing. Janem Hruškou,

senior koučem a jednatelem firmy Alpinautic

Portál o lázeňství v novém

Portál www.lecebne-lazne.cz, propagující české lázeňství, prošel redesignem a rozšířením obsahu. Nový grafický kabát a vylepšená navigace má uživatelům usnadnit brouzdání po webu a dovést je k praktickým a použitelným informacím. Internetové stránky se rozšířily o sekce o lázeňské léčbě, přírodních zdrojích a praktické nástroje pro lékaře.

Výběr nevhodnějších lázní i konkrétního lázeňského domu v nich umožní návštěvníkům tohoto portálu aktivní filtr segmentující lázně podle zdravotní indikace. Databáze zahrnuje celkem 35 lázní a více než



200 lázeňských zařízení, která jsou sdružena ve Svazu léčebných lázní ČR. Na web nově přibyla interaktivní mapka ČR, která rekreativním umožní naplánovat turistiku i další aktivity doplňující jejich ozdravný pobyt podle různých nabídek v sekci volný čas.

Sekce pro lékaře disponuje nejen posledními právními úpravami lázeňských zákonů, ale i užitečný e-formulářem, který zjednoduší administrativní práce spojené s vysláním pacientů do lázni.

Cílem nového webu je zvýšit informovanost veřejnosti, ale i lékařů o českém lázeňství, šířit osvětu o jeho možnostech a výhodách a bořit otřepané nepravdy a domněnky o dostupnosti lázní v obou cílových skupinách.

www.lecebne-lazne.cz

Věrnosti žen značce AB si nesmírně cením

Jednatel společnosti AB Cosmetics, s.r.o., která má na starost prodej značkové kosmetiky AB na českém trhu, je stratég a obchodník na svém místě. Kromě toho, že mu nedělá potíž s úsměvem nalézat schůdná řešení pro jakýkoli úkol, nelituje času i na nejrůznější osobní schůzky a partnerská jednání. Výsledky toho všeho jsou jasné: AB, první dvě písmena v abecedě, je na trhu kosmetické arény stále více vidět. Tečka. Ani letos před největšími svátky roku jsme na otázky pro Pavla Krále (ostatně příjmení snad předurčuje úspěch tomu, co dělá) nezapomněli:



Pavel Král

Jaké novinky jste v roce 2009 uvedli na český trh?

Naše největší expanze, v podobě nových výrobků, proběhla v loňském roce. Pro ten letošní bylo a je naší prioritou práce s těmi výrobky, které máme v sortimentu. Například jejich atraktivní představování a přiblížení našim zákazníkům. Na druhé straně je ale třeba zdůraznit, že naše zákaznice v sortimentu dvě novinky přece jen najdou. Jedná se o AB – odličovací mléko a AB – dvoufázový odličovač. Uvedením těchto dvou výrobků máme dnes na trhu kompletní

produktovou řadu v oblasti čištění a péči o pleť, což naše klientela jistě přivítá.

Najdou značku AB zákaznice ve všech obchodních řetězcích?

V podstatě lze říci, že výrobky s logem AB je dnes možné najít v 90 % obchodních řetězců. Jsou sice místa, kde naše výrobky stále ještě nemáme, ale jsem si jistý, že i tento stav se změní.

Budete se letos prezentovat vánočními dárkovými balíčky, které by mohly využít i firmy?

V naší nabídce pro letošní rok takové vánoční dárkové balíčky nemáme a důvody jsou čistě ekonomické.



Není však problém se přímo v té či oné prodejně dohodnout a nechat si „zabalit“, připravit třeba 20 takových dárkových kompletů podle vlastního výběru.

Produktová řada nesmírně narostla – jak se v ní nejlépe orientovat?

Je určitě pravdou, že počet výrobků s logem AB se v uplynulých dvou letech značně zvětšil, a to i ve skupinách výrobků, které nepatří mezi naše tradiční. Naše krédo je „Spokojený zákazník“ a od toho se odvíjí i orientace zákazníka v sortimentu výrobků. Každý náš klient si dnes může u nás vybrat výrobek dle vlastních, individuálních potřeb a věřím, že bude určitě spokojený. Svědčí o tom věrnost mnohých, zejména žen, a toho si nesmírně ceníme.

Vím, že podle některých měřítek zaujímáte mezi konkurencí přední příčky...

Bylo a je naší snahou být na trhu co nejdříve a tomuto faktu odpovídá i zkvalitnění práce na všech úrovních v naší společnosti. Na druhé straně jsem si ale dobře vědom velikosti a síly naší konkurence, která nám rozhodně zadarmo nic nedá.

Za celou společnost v ČR mohou

říci, že právě proto nás naše dnešní postavení na trhu těší. Znamená to ovšem, že v našem snažení a tvrdé práci budeme určitě pokračovat.

za rozhovor poděkovala Eva Brixi

s Janou Šilerovou

Biskup není manažer

Představitelka Československé církve husitské, biskupka olomoucké diecéze Mgr. Jana Šilerová, zdánlivě nepatří do galerie žen – manažerek a podnikatelek – jejichž profily, názory a postoje v Prosperitě Madam Business prezentujeme. Sama odmítá, že by cokoli řídila a odvolává se na boží lásku a prozřetelnost. Přesto se domníváme, že následující rozhovor má našim čtenářkám a čtenářům co říci nejen v tomto adventním a vánočním čase.

Žena jako duchovní pastýř, navíc ve vysoké duchovní funkci, není často k vidění. Jak se v roli biskupky cítíte a jak vás přijímá veřejnost, zvláště muži?

Po 10 letech mne ta otázka stále rozesmává – představte si, že se vás zeptají: jak vás novináře-muže, přijímá veřejnost, zvláště ženy? Je to jen milé potvrzení zaběhaného patriarchálního vidění věcí. Jestli na počátku mé funkce měl někdo s mým ženstvím problém, byl to jeho problém, ne můj. Pohlaví si nevybíráme a být ženou přece není hendikep ani charakterová vada. Cítím se úplně normálně a veřejnost, zvláště muži, mne přijímají naopak velmi dobře.

S klidným svědomím vás mohou zařadit mezi manažerky, i když s trochu



specifickým posláním. Řídíte církevní úřad a odpovídáte za práci svých podřízených. Považujete při tom za výhodu ženské vlastnosti a přístup k řešení problémů?

Mám-li k něčemu daleko, pak je to manažerka, byť se specifickým posláním. Řídí-li někdo církev, pak je to Hospodin, církev není úřad, ale společenství s Kristem, faráři nejsou mí podřízení, ale bratři a sestry. Biskup není manažer a Bůh není šéf General Motors. Církevní otec Augustin napsal, že biskup může jen dvě věci: modlit se a plakat... Ženské vlastnosti, empatie, polyfunkčnost, snaha spíš o dialog než duel, úsilí spíš scelovat než rozdělovat, trpělivost, které nás vyučila kuchyň a péče o děti, vědomí, že velké věci se dějí drobnými službami lásky – to všechno chybí v politice naší společnosti. Jsem ráda, že v církvích tomu tak není, ženy přece mají být láskou uvnitř církve (Terezie z Lisieux).

Liší se Vánoce podle husitské tradice od svátků katolických? Čím bývá pro vás konec roku?

Neliší. Pro všechny křesťany jsou Vánoce tajemstvím Božího vstupu do světa lidí, narozením Božího Syna Ježíše Krista. Konec roku nebo začátek – každý den je neuvěřitelná možnost znovu prožít Ducha, udělat někomu radost, posloužit, pomoci, odpustit, poděkovat Bohu za to, že máme víc, než potře-



Mgr. Jana Šilerová

bujeme, a máme se lépe, než zasluhujeme. Ale často na to zapomínáme.

Když se za rokem 2009 ohlédnete, jak byste ho charakterizovala? Potřebují vaši farníci v době krize větší duchovní péči?

Byl to čas nám daný k výše uvedenému. Tiše doufám, že nebyl moc promarněný. Sloužím na Ostravsku, kde jsou „krizové“ situace trvale přítomné. Ke všem lidským trápením ještě patří nezaměstnanost, exekuce atd. Tady bych k duchovní péči potřebovala odpovědnější zákony státu ve sféře sociální péče. Aby se nečekalo, až bude člověk úplně na dně, ale nabídla se splátková možnost už při první platební neschopnosti. Nemám na mysli „nepřizpůsobivé“ jedince. Každý slušný člověk se do finanční nouze může velmi snadno dostat. A dnešní exekuční zákony jsou normálně státem schválená lichva. Týká se chudých lidí. Na bohaté není metr.

Co byste přála sobě a lidem dobré vůle do nového roku?

Znovuprožití Ducha – vědomí, že Bůh nás má rád, že na nic nikdy nejsme sami, lásku blízkých a prožitek Boží blízkosti.

za rozhovor poděkoval Pavel Kačer

foto: Pavel Kačer



Tentokrát ne

Vánoce ano, předvánoční atmosféra také, blázinec ne! Letos tedy ne, řekli jsme si doma společným hlasem. Pamatují se dobře – rok co rok velké plány, nadměrná superkombinace úkolů, milých povinností – co kdy kdo v předstihu sežene, udělá, nakoupí, připraví, aby úderem štědrovečerní večeře skončil svět. Dokonce jsme měli systém propracovaný tak, že se počítalo s eventualitami jako chřipka, porucha topení nebo neohlášená návštěva příbuzných.

Jenže člověk mění, pámbůh mění. I přes naši předvídatou strategii čím byly děti starší, tím později jsme odcházeli toho 24. prosince ke stromečku, tím unondaněji jsme se propracovávali ke společně nevyšlovené tužbě, aby ta hora dárků už byla za námi, a přáli si, ať je celý ten krásný radovací stres ukončen. I to, abychom se jedinkrát v životě mohli dívat na večerní pohádku v hlavním televizním vysílacím čase.

Letos to musí být jinak. V půli října jsem navštívila dva obchodní domy domnívaje se, že část vánočních dárků nakoupím s rozvahou a v klidu. Šokována návalem lidstva naházela jsem do vozíku jen nejnnutnější potraviny a pár nezbytností, doplňků interiéru do rekonstruovaného domu, a dost. Majitelé řetězců se mohou radovat a ze srdce jim to přeji, já u nich peníze utratím jinak a postupněji, čas je drahý a Vánoce raději tentokrát sestrojím z dárků myšlenkových a těch, které mi zavadí o klobouk jako ty tři oříšky pro Popelku.

Bramborový salát udělám, rízky také, cukroví upeču s láskou, na to jsem expert. Úklid neošidím, a atmosféru Vánoc provoním. Dárčky budou načančaná zabalena a blahopřáníčka odešleme včas. Víím to.

Trochu toho stresu si nechám na poslední chvíli, to ano, bude to takové mílé koření, které zvyšuje touhu z těšení se. O to víc budu myslet na to dobré, co mne doposud potkalo. A ještě víc možná na to, co by mne potkat mělo, a co je pro to potřeba udělat. I tomu osobnímu, člověčímu, musíme umět jít napřed. Vlidností, šikovně, takticky, chutí, i tím snem a odvahou, já víím. Nepřeji vám kolapsy, průšvihy, hádání ani omyly. Vánoce mají hlavně otevírat duši. Přeji vám svátky podle představ s nádechem pocukrovaného ideálu.

vaše Eva Brixí

partneři www.madambusiness.cz


www.mojetelevize.cz


www.katerinaresort.cz




www.bedenika.cz


www.zts.cz


www.reginakosmetika.cz


www.templarske-sklepy.cz


www.slune.cz


www.vox.cz


www.ab-cosmetics.com


www.economy-rating.cz


www.cetelem.cz

Spustili jsme inovované webové stránky www.madambusiness.cz. Do života vstoupily s partnery, jejichž loga pravidelně najdete nejen na uvedeném webu, ale i v tištěné verzi Prosperity Madam Business. Máte-li chuť se zařadit mezi tyto partnery, neváhejte a ozvěte se.

Prosperita Madam Business

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 3, prosinec 2009

Vydává RIX, s. r. o., Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9, pod vedením PhDr. Evy Brixí-Šimkové
e-mail: brixip@prosperita.info, mobil: 602 618 008

obchodní ředitel Martin Šimek, mobil: 606 615 609

design: Věra Vinterová a Karel Švihel

zlom: Karel Švihel, korektury: Mgr. Pavla Rožnicková

tisk: Moravská typografie, distribuce: 5P Agency, www.madambusiness.cz

Placené textové materiály jsou označené grafickým symbolem ¶



Co děláte, když zjistíte, že víc spečat už není v lidských silách?

►► Marie Fianová, tisková mluvčí, České radiokomunikace, a.s.

Práce kvapná, málo platná. Není to jen přísloví, asi každý si to vyzkoušel i na vlastní kůži. Snažím se tomu tedy předejít, zastavit se a zkusit se podívat na všechny ty úkoly s trochou nadhledu. Jdu si udělat kávu, určím si priority a najdu pomocníky. Když v tom člověk není sám, jde všechno rychleji a snaže.



Co oceňujete na podnikatelkách a manažerkách?

►► Miroslav Ševčík, ředitel Liberálního institutu

Ženy jsou v každém prostředí, tím víc pak v businessu, příjemným zpestřením. A nejen to. Pokud se chovají přirozeným, sobě vlastním způsobem, mohou být jako manažerky a podnikatelky dlouhodobě úspěšnější než muži. Rozhodně by s nimi neměly soutěžit v tvrdosti jednání, i když by jim to mohlo zdánlivě přinést okamžitý prospěch. Upozorňuji však, že takových žen vidím jen velmi málo.

Informace do kabelky

JOHNNIE WALKER je nejhodnotnější

JOHNNIE WALKER je značkou, která má největší hodnotu ze všech značek whisky na světě. Výsledky výzkumu, realizovaného agenturou MillwardBrown, přišly právě v době, kdy JOHNNIE WALKER představuje výroční limitovanou edici ke 100. narozeninám značky BLACK LABEL. JOHNNIE WALKER BLACK LABEL již dosáhl pozice nejpobulárnější prémiové míchané skotské whisky a výroční limitovaná edice jeho silnou pozici dále potvrzuje. Stylová výroční láhev z černého skla, zdobená pravým zlatem, je skutečným designovým skvostem a bezpochyby se stane vyhledávaným sběratelským kouskem, ve kterém ožívá dědictví této ikonické značky. Na zadní straně láhve je ztvárněna časová osa, která představuje největší milníky v historii značky od jejího založení v roce 1820. Whisky je smíchána podle tradičního postupu, který pro ni byl charakteristický již v době založení značky a ještě pár desítek let předtím. Předchůdcem BLACK LABEL byla totiž Old Highland Whisky, smíchaná synem Johna Walkera Alexandrem v roce 1867 a později přejmenovaná na BLACK LABEL. Rodinný klan Walkerů přejmenoval svou nejvýznamnější míchanou whisky na BLACK LABEL v roce 1909, když zjistil, jak velkou marketingovou příležitost pro vytvoření silné značky se stal design jejich výrobku. Zákazníci totiž sami začali jejich whisky podle typické barvy a nezaměnitelného sklonu etikety označovat jako „tu whisky s černou etiketou“. Vnuci Johna Walkera, George a Alexandr II., pak prokázali podnikatelského ducha a rychle začali tuto příležitost naplňovat. Jejich oddanost principům zákaznickovy spokojenosti, maximální kvality a inovativních řešení se přenesla i do dnešních dnů. Na své cestě historií JOHNNIE WALKER zažil světové války, revoluce, rozmachy a krachy, a nikdy se nezastavil. Výroční limitovaná edice JOHNNIE WALKER BLACK LABEL je k dostání ve vybraných řetězcích a v e-shopu www.global-wines.cz od listopadu 2009 do vyprodání zásob.



(tz)

Zámek v Moritzburgu láká na výstavu o Popelce

Poutním místem za filmovou pohádkou *Tři oříšky pro Popelku* se stál zámek Moritzburg u Drážďan. Objekt známý z natáčení jako sídlo prince ročně navštíví tisíce filmových fanoušků. Proto vznikl nápad vzdát nesmrtelnému snímku hold výstavou *Tři oříšky pro Popelku – Příběh zbožňovaného filmu. Pohádka byla nádherná.*

Za každého počasi

Přestože mrholilo jako v ponurém příběhu z ruské tundry, k zámku se v den, kdy jsem ho navštívil i já, hnaly od autobusů i aut stovky příznivců otrhané dívky, která našla své životní štěstí v lískových oříšcích. Popelku točil režisér Václav Vorlíček v německé koprodukcí s filmovou společností DEFA na zámku v zimě 1972–1973. Všechno bylo tehdy zapadané sněhem, idylické, téměř panensky čisté. Dnes je zámek z velké části pod lešením, voda v rybníce ho obklopujícím nepřívětivě šedá, spolu s nebem vytvářejí ponurý olovnatý tón.

Velký střevíc a Aschenbrödel

Před vstupním portálem do rozsáhlého zámku narazíte na velký střevíc, připomínku toho Popelčina. Aschenbrödel, to je to nádherné německé pro Popelku. Ve vstupní hale stojí kočár, s nímž královský pár absolvoval spanilý jízdy po okolí. Z materiálů na výstavě jsem se dozvěděl, že je to jediná rekvizita, která neshořela při požáru stáji, kde byly některé exponáty uskladněny. Třebaže

popisky a panelové materiály jsou v němčině i češtině, je možné si zapůjčit audioprůvodce.

Kostýmy i tři oříšky

Na schodech, které vedou k výstavním prostorám, jsou na polystyrenu nalepené fotky z filmu v životní velikosti. Podobná scéna je i v první návštěvní místnosti. Ta je naaranžována jako režiséřský „plac“. Se-dačka, kamera, přes uličku „papundeklový“ princ Pavel Trávníček se svými kamarády na lovu. V boční místnosti v minikinosále se dozvíte něco o filmu a příběhy některých postav. Najdete tu šaty, které navrhl Theodor Pištěk, koňské figuríny, představující filmové kmoňsto, vycpanou sovu Rozárku. Uvidíte filmové dokumenty, oceníte líbezný hlas Libušky Šafránkové, proti její ukuňkané neslaně nemastné německé verzi. V malé truhličce se téměř dají přehlédnout oříšky, které daly pohádce jméno. Výstava mohla být nápaditější, v době interaktivy tu není na co si sáhnout, co ohmatat. Ale i tak je na co se dívat, dozvíte se i řadu zajímavostí z natáčení. Když k tomu přidáte

prohlídku zámeckých komnat, budete určitě spokojeni. Pěkná je i procházka zámeckým areálem. Nesmíte zapomenout a jít se podívat na „slavné“ schodiště, kde Popelka ztratila střevíček. Návštěvu můžete zakončit na předvánočních proslulých trzích v Drážďanech.



Výstava je otevřena od 10. října 2009 do 10. ledna 2010. Akce má být zakončena velkolepým stylovým plesem. Návštěvní hodiny – Do 10. ledna 2010 v úterý až neděli 10–16 h. Vstupné 4 €, snížené na různé průkazy 2,50 €, rodinné 2 dospělí plus max. 4 děti 8 €, 1 dospělý a max. 2 děti 4 €. Je možné si objednat prohlídku v češtině, ale jen předem na e-mailu moritzburg@schlosserland-sachsen.de.

Příjezd autem z Drážďan k „Dreieck Dresden West“, dále po A4 na Berlín, ukazatele na Moritzburg jsou na dálničních tabulích, sjíždí se na Dresden-Wilder Mann. Autobusem od nádraží Dresden Neustadt, linka 326, jízdné 3,50 €, bus stává u zámku. Pokud využijete vlak do Radebeulu, z nádraží jede příměstský vlak do Drážďan ve zhruba 30minutových intervalech. O víkendu lze využít slevy SoNe do Drážďan, neplatí ale na vlaky EC, IT, cena zpáteční jízdenky pro dvě osoby je 450 korun.

text a foto Vratislav Konečný



s Ivanem Odilo Štampachem

Věřím určitému druhu feminizmu

Na stránkách Prosperity Madam Business se kněz, který nikdy neměl s podnikáním nic společného, objevuje poprvé. A přece má ThDr. Ivan Odilo Štampach – duchovní, filozof, vysokoškolský pedagog a bývalý vydavatel samizdatu, podnikatelkám a manažerkám co říci, zvláště pak v této adventní a vánoční době. Doktora Štampacha jsem se v rozhovoru především ptal na jeho vztah k ženám, které žijí aktivním životem, a na smysl svátků a duchovnosti v moderní době.



ThDr. Ivan Odilo Štampach

Co pro vás znamenají Vánoce? Vzpomínáte rád na sváteční dny, které jste prožíval jako chlapec v rodinném kruhu? Jak do toho obrazu zapadá maminka a další ženy?

Vánoce jsou pro mne stejně jako pro mnoho jiných zastavením na konci roku, v době vlády tmy a symbolického zrodu nového slunce. Mám na mysli slunovrat. Když nás tma a zima sužují, hledáme útěchu a posilu v lidských vztazích. Nebylo mi vzhledem k mé složité osobní historii dopřáno mít rodinu. Ale mám takovou širší „rodinu“. Říkáme tak okruhu přátel, je to jakési bratrstvo osamělých. Ale patří do něj i partnerské páry. Jsme si oporou. O Vánocích se s tímto okruhem a dalšími blízkými setkávám, stolujeme spolu, obdarováváme se. Snažím se ve vánočních dnech také myslet na lidi postižené současnou krizí. Není to jen krize ekonomická, ale krize civilizační, krize hodnot. Rozpadají se rodiny a lidé ztrácejí domov. Snažím se lidem, kteří nemají šanci prožít rodinné či přátelské večerní posezení, aspoň nějak v mezích svých možností být k dispozici. Rodinné Vánoce v mé původní adoptivní rodině byly civilní: štědrovečerní večeře, nadílka, poslouchání rozhlasu, později televize. Žádný náboženský obsah, žádný folklor. Maminka se snažila shodit ze sebe předvánoční starosti. Jsou-li Vánoce rodinnými svátky, jsou to svátky žen, a to přes všechnu práci navíc, kterou tomu musí věnovat. Znovu se objevuje zdánlivě zapomenutý archetyp ženy jako strážkyně rodinného krbu. Snad se už muži pomalu učí přejímat v přípravě Vánoc svůj díl práce.

Vánoce jste prožíval i jako vězeň, dělník, v komunitě „tajné církve“, mezi bratry dominikány, jako pedagog. Co pro vás o svátcích bylo nejkrásnější a které chvíle byly nejtěžší?

Zajímavé bylo čtvero vánoce ve vězení. Jakoby vězni, i zloději, lupiči a násilníci, na chvíli změkli, vzpomínali, často se slzami v očích na drahé, kteří byli venku za zdí. Panoval zvyk, že co kdo dostal v balíčku od příbuzných, položil na společný stůl a všichni z toho měli po večeři přilepšení. I bachaři byli, pokud to šlo, hodnější.

Nechali déle svítit na velkých společných celách (rozsvěceno a zhasínalo se z chodby). Někdy se i zpívaly koledy.

Z církve, a to i z té podzemní, jsem rozpačitý. Normální lidské přátelské vztahy jsou v ní deformované. Mít někoho rád proto, že mi to někdo (Bůh) přikázal nebo proto, že tím někoho (Ježíše Krista) následuji, to mi připadá umělé a nepoctivé. Mám některé lidi osobně, citově rád, protože je obdivuji, nebo se s nimi cítím být, jak se říká, na jedné lodi. Neumím a nechci milovat na rozkaz.

Ale je pravda, že křesťanský obsah Vánoc ukazuje k něčemu hluboce lidskému. Narodili jsme se jako lidé svým maminkám, resp. svým rodičům. A už to si zaslouží oslavu. Jedna známá koleda nepokrytě zpívá o tom, co se vskutku stalo, že se lidem narodilo dítětko. Ale křesťané věří, že v tom človíčkovi v jeslích a pak

Neumím a nechci milovat na rozkaz.

► po celý jeho pozemský život v něm přebývá plnost božství tělesně. Zde se nabízí ještě „druhé narození.“ Jsme lidé, ale může se v nás narodit cosi opravdu božského. Tisíciletý lidský sen o Bohu se uskutečnil v člověku Ježíši. A každý máme na dně duše božskou jiskru a ta může být vykřesána. Tento křesťanský (a vlastně ještě předkřesťanský) obsah Vánoc jsem žil (a žiji) i jako kněz společně s těmi, kterým sloužím. Vždy to však byla služba neformální, neplacená, lidsky přátelská. Na dominikánský klášter bych v této souvislosti snad raději nevzpomínal.

Setkáváte se často s manažerkami, podnikatelkami a se ženami ve významných společenských pozicích? Máte si spolu co říci?

Moc takových příležitostí nemám. Ale cením si každého, kdo je ochoten a schopen vzít svou obživu, a nejen to, ale i nějaké dílo do své režie a něco spolu s ostatními a pro ostatní tvořit. U žen to ještě pořád je méně samozřejmé. Vítám, že některé ženy mají odvalu vystoupit ze stínu, kam je posílá konvence, a že se věnují organizační práci. Věřím na tu podobu feminizmu, která nechce ženy připodobovat mužům, nýbrž chce zachovat jejich specifické a obdivuhodné, mužům obvykle chybějící vlastnosti. Rád bych osobně poznal ženy, které podnikají, ale přitom dokáží změkčit tvrdost mužské ekonomické (a politické) soupeřivosti.



Advent a Vánoce zpravidla nedávají velmi zaměstnaným ženám moc příležitostí ke klidu a rozjímání. Co byste jim poradil, aby mohly se svými rodinami prožít svátky co nejšťastněji?

Trvalý klid a rozjímání bych ponechal ženám a mužům v kláštřech. Život, to je činnorodý ruch. Můžeme rozjímat ve chvílích odpočinku nebo když v pozdějších letech opustíme podnikání či zaměstnání a můžeme si svůj čas uspořádat lépe. Doporučil bych nepokládat nároky života za překážku a potíž duchovního života. Uprostřed aktivit lze žít duchovně. Ale duchovním životem jiným než život mnichů a mnišek. Koneckonců i oni musí dost odpracovat,

aby se udrželi při životě. Kláštery mnišských řádů (benediktinů, kamaldulů, kartuziánů, cisterciáků, trapistů apod.) mají být ekonomicky soběstačné. Obvykle jim nikdo zvenčí nic nedá, aspoň ne pravidelně a očekávaně. Co potřebují do sebe, na sebe a kolem, si sami vypěstují a něco obvykle prodávají i na prodej, prakticky každý klášter vyrábí nějaké pivo, víno, likér, hořčici, sýry apod.

Může mít moderní člověk, který má plnou hlavu pracovních a rodinných povinností, bohatý duchovní život?

A proč by ho takový měl mít?

Nemyslím, že by člověk bohatý duchovní život „měl mít.“ Spíše si myslím, že by mohl bohatý duchovní život „chtít mít.“ A pokud chce, může ho mít. Člověk je duchovní bytost. Duch v pravém smyslu, to není strašidlo na cimbuří. Jsme z masa a kostí, ale jsme bytostmi i duchovními, tj. svobodnými a tvořivými. Kdyby vše končilo pouhou živočišnou daností, tak bychom nedokázali vzdorovat vnějším tlakům, nedokázali bychom vést zápas o svobodu svou a svých spoluobčanů. A už tím, že jsme, každý bez výjimky, bytostí duchovní, můžeme vést duchovní život, tj. rozvíjet v sobě to specificky lidské, pokračovat pouhé danosti, rozvíjet se, tvořit něco nové. To, že některé ženy a někteří muži podnikají, to může být projevem bohatého duchovního života bez ohledu na to, chodí-li do nějakého kostela nebo nechodí. A rodinné povinnosti? No ty jsou báječnou příležitostí být člověkem duchovním, a ne pouze přírodní bytostí. Co jen zkusit každodenní zařizování a obstarávání dělat jinak? Vědomě, s humorným odstupem od sebe a od své nenahraditelnosti, s myšlenkou na ty, kterým chceme udělat radost, co zkusit jako dárek pro blízké nejen něco koupit, to je banální, to umí každý, ale třeba něco vytvořit.

rozhovor připravil Pavel Kačer



Věřím na tu podobu feminizmu, která nechce ženy připodobovat mužům, nýbrž chce zachovat jejich specifické a obdivuhodné, mužům obvykle chybějící vlastnosti. Rád bych osobně poznal ženy, které podnikají, ale přitom dokáží změkčit tvrdost mužské ekonomické (a politické) soupeřivosti.

Celosvětová krize násobí každodenní boj, kterým podnikání je

V nejedné firmě se právě v této době rozmýšlí, jak dál, co nového do podnikání přinést, čím obohatit služby, jak zaujmout další klienty, co udělat, aby práce byla účinnější, a třeba se diskutuje také o tom, čím vylepšit image, jak to udělat, aby byla na trhu společnost lépe vidět. Určitě již nestačí mít jen kvalitní web nebo v čele osobnost, která je pro svět businessu významnou celebritou. Jednou z možných cest k dalšímu růstu firmy je poradenství, názor třetí strany. Na základě vlastních zkušeností z podnikání i poradenství má slovo Ing. Dagmar Jelínková, generální ředitelka společnosti ECONOMY RATING a.s.

Říká se, že kdo „ustál“ první desítku let a podnikání nevzdal, má dobře našlápnuto. Ovšem v souvislosti s krizí, která postihla celý svět, prý ani toto zcela neplatí. Jak to vidíte?

Podnikání je vlastně neustálé překonávání menších nebo větších krizí a výzev... Je tedy pravděpodobné, že ten, kdo toto ustál těch zmíněných deset let, má dost zkušeností na to, aby byl úspěšný i nadále. Pochopitelně nelze předpokládat, že po

deseti letech to už půjde samo. Jedinou výhodou je právě ta zkušenost. Celosvětová krize násobí každodenní boj, kterým podnikání je. Největší potíže z důsledků krize mají takové firmy a podnikatelé, kteří si v době růstu mysleli, že už jsou tzv. „za vodou“ a usnuli na vavřínech.

Při nedávném setkání jste mi naznačila, že nastala doba zeštíhlování firem, přehodnocování priorit, že

je doba pro změny, jež povedou k výsledkům. Je to opravdu tak?

Ano a souvisí to i s mou předchozí odpovědí. Kdo nebyl dostatečně obezřetný v době, kdy se všem dařilo, nevytvářel rezervy a nepromýšlel dopředu variantní řešení pro případ obtíží, má v současnosti již velmi málo nástrojů, jak se na řešení krizových situací připravit. Zeštíhlení firmy je téměř univerzální řešení pro všechny podnikatele, protože jednak tím ušetří náklady a dále



Mimořádných výsledků dnes již opravdu nelze dosáhnout pouhým opisováním od jiného nebo zvětšováním lopaty.

Ing. Dagmar Jelínková

► vzniká prostor pro přemýšlení o synergických efektech k zeštíhlení. A to od identifikace služeb vhodných pro outsourcing až po zavádění inovačních technologií. V rámci našich poradenských činností dokážeme identifikovat blížící se problémy podnikatelské činnosti, které ještě nejsou příliš viditelné, ale dle ekonomických výsledků je již signalizován jejich nástup. Zde je pak důležitý postoj majitele, podnikatele či manažera – jde o to, jak naše varování umí přijmout. Ne vždy je to jednoduché si přiznat, že situace není zrovna růžová. Na druhé straně nelze zaměňovat zeštíhlení s nepromyšleným propouštěním zaměstnanců, které někteří tzv. specialisté na krizové řízení rádi realizují. Lehce by se mohlo stát, že kvalitní zaměstnanci se ocitnou u prozíravější konkurence.

Vaše firma se zabývá mimo jiné poradenstvím – učíte jiné firmy například lépe hospodařit. Oč svá doporučení opíráte?

Naše společnost se zabývá komplexním poradenstvím, což znamená od zpracování podnikatelských záměrů až do detailního ekonomického a organizačního poradenství. Pro klienta jsme schopni provést celkovou diagnózu finanční situace podniku, analyzovat majetkovou a kapitálovou strukturu, identifikovat silné a slabé stránky procesů včetně návrhu řešení až po zpracování časových řad vývoje ekonomických ukazatelů a prognózy budoucího vývoje podniku. Jestliže se na nás obrátí např. klient s problematikou týkající se projektové pomoci v oblasti získání dotace ze strukturálních fondů EU, provádíme nejdříve analýzu schopnosti klienta případnou dotaci přijmout. Analyzujeme, zda je prostředí podniku po stránce ekonomické i personální na případné projektové řízení při přijetí dotace připraveno. Zde například můžeme identifikovat, co někteří podnikatelé neradi slyší, že v podniku chybí proces strategického plánování, je potlačen rozvoj lidských zdrojů atd. Radit můžete totiž pouze tomu, kdo chce naslouchat a kdo pochopí naše doporučení a přenesení je do praxe neboli koná. Svá doporučení opíráme jak o kvalifikaci našich vlastních i externích zaměstnanců a poradců, ale také o zkušenosti ze zpracovávání poradenských projektů pro různé podniky.

Může se na vás tedy obrátit drobnější či velká společnost s určitým ekonomickým problémem a otázkou, zda nepomůžete najít řešení?

Samozřejmě se na nás může obrátit kdokoli a troufám si říci i s čímkoliv z problematiky fungování podniku. Obecně totiž platí, že nezaжатý vnější pozorovatel má větší šanci na identifikaci problematických stavů a procesů lépe než vlastní pracovníci zatížení každodenní operativou. Na druhé straně máme také již dost zkušeností, abychom neslibovali svým zákazníkům nemožné.



Co byste dala do vínku nadšencům, kteří se rozhodli vstoupit do světa businessu právě nyní, koncem roku 2009? Nač by neměli zapomenout?

I přes všechny problémy současnosti má dnešní doba jednu obrovskou výhodu. Na podnikání je možné se dnes teoreticky a odborně připravit, a tak si ušetřit zklamání, případně i peníze. To je výhoda na rozdíl od těch „pionýrů“ podnikání v ČR z minulého století, kteří se učili principům tržního hospodářství na vlastní kůži. Proto doporučuji učit se, učit se a učit se. Ale teď vážně. Naše společnost organizuje společně s Regionální hospodářskou komorou Brno a s regionálním klubem Moravské asociace podnikatelek a manažerek semináře, kde radíme jak na to začínajícím podnikatelům, navíc je to celé podpořeno dotací ze SF EU.

A na co by se měl soustředit management velkých společností, které, na rozdíl od jiných, si pořád ještě dobře vedou? Neměl by také více myslet na zadní kolečka a vyslyšet názor jiné strany, dokud je prostor a čas k tomuto názoru? Tedy aby i budoucí léta byla úspěšná?

Velké společnosti, zvláště se zahraničním kapitálem, mají svou strategii mnohdy diktovanou mateřskou firmou. V takových firmách je provádění jakýchkoliv opatření náročnější a těžkopádnější, také proto, že tato opatření jsou pod palbou zahraničních zkušeností a měřítek. Na druhé straně výhodou větších skupin na rozdíl od malých firem může být dostatek použitelného kapitálu a také mnohdy znalost krizového řízení a provádění nezbytných opatření v praxi. Všimněte si, že mnohé úspěšné zahraniční firmy současně s vlastním zeštíhlováním provádí akvizice jiných firem s cílem získání výhodného postavení na trhu v době, kdy krize ustoupí. Pro velké firmy potom platí to samé, co pro malé, že jakékoliv usnutí na vavřínech může být to poslední.

Odborníci tvrdí, že mnohé postupy, například při řízení či financování firem, už neplatí, a do popředí nastupují jiné metody práce, které více počítají s lidskou tvořivostí, fantazií, přístupem k věci převráceným na hlavu. Má to své opodstatnění?

Myslím, že jsou obecné principy řízení a ekonomického fungování firem, které platily, platí a platit budou. Je ovšem otázkou, s jakou invencí s těmito principy jsou schopni vedoucí a odpovědní lidé ve firmách rozumět nakládat. Toto je velmi důležité například v okamžiku, kdy se plánuje a realizuje strategie rozvoje firmy se vším, co by mělo být součástí takové strategie. Mimořádných výsledků dnes již opravdu nelze dosáhnout pouhým opisováním od jiného nebo zvětšováním lopaty. Tvořivost a fantazie musí být skutečně nezbytnou součástí každé dobré strategie. Na druhé straně někdy se stává, že po letech letargie může nezodpovědný management podniku inklinovat k tzv. dobrým nápadům, jak rychle a lehce vydělat peníze. Takovéto metody potom převážně končí neúspěchem nebo přímo krachem.

Potenciál ženy ve vedoucí pozici firmy – je dostatečně využíván?

Už formulace otázky mně osobně dělá problém. Myslím si, že vedoucím pracovníkem by měl být takový člověk, který k tomu má schopnosti a předpoklady a má výsledky, bez ohledu na to, zda je to muž, nebo žena. Jinou otázkou je, zda se ženy ve vedoucích pozicích mají chovat stejně jako jejich mužští kolegové, mnohdy bezohledně a agresivně. Myslím, že žena ve vedoucí funkci nemusí být nezbytně „chlapek“ a dokáže být úspěšná se všemi principy ženského chování a přístupů k řešení nejrůznějších záležitostí.

za odpovědi, které pomáhají otevřít oči, poděkovala Eva Brixi
foto: Marek Špunýř

Pomáhám najít širší souvislosti, často i nový smysl

Možná to není téma zrovna předvánoční, možná však právě skoronovoroční. V době, kdy jeden rok přechází v druhý, nebo spíš jeden končí a další rozepisuje kalendář, si častěji než jindy pokládáme otázky o smyslu života, o tom, čeho ještě chceme dosáhnout, ptáme se, co je vlastně správné, snažíme se hledat odpověď na to, nač se snad ani nemáme tázat. Zároveň si alibisticky lichotíme, utěšujeme se, že vynakládáme síly určitě tím správným směrem, ale že ti ostatní to jaksi kazí a nevidí naši snahu růžovými brýlemi. Ačkoli jsme více v tyto dny s rodinou, s nejbližšími, nevytrácejí se z naší duše starosti firemní, podnikatelské i manažerské. Přemýšlíme si, jak to udělat, aby business v roce 2010 šlapal tou správnou cestou, trochu si sníme a věříme, že nás napadne něco originálního, bezvadného, nejlepšího. Víra sice uzdravuje, ale ne vždy.

V hledání nám může pomoci kouč. Řadu souvislostí totiž vidí jinak. Z Ing. Jana Hrušky, senior kouče a zároveň jednatele společnosti Alpinautic, mluví nejen zkušenost:

Ve světě businessu se pohybujete ze dvou stran: jako podnikatel a jako „rádce“ – kouč. Podnikání tedy vidíte snad až protichůdně. Co mu dnes schází? Optimizmus? Nápady? Odvaha?

Jako podnikatel a člověk, který má to štěstí potkávat se s lidmi z různých částí světa a různých profesí i jako kouč (k tomu „rádci“ se ještě vrátím), si myslím, že nám schází optimizmus, jasná perspektiva, kreativita a odvaha. Optimizmus by nám mnohdy pomohl na svět hledět pozitivně, spíš vyhledávat příležitosti a těšit se z věcí, které se nám daří, než vyhledávat překážky a rozebírat chyby, které jsme udělali. V poslední době se mnoho moudrých lidí shoduje na tom, že jasná perspektiva neustálého růstu, ke které se velká část naší civilizace upíná, již neexistuje a tak, jak vnímáme jistoty, už nejspíš minimálně delší dobu existovat nebude.

Odvahu budeme potřebovat na to, abychom si konečně předchozí bod přiznali a kreativní budeme muset být při tvorbě perspektiv nových.

Zdá se mi, že úplně jinak se chovají v podnikatelském prostředí ženy a zcela jinak muži. Jako by ženy ten business stále popoháněly, poštuchovaly, inovovaly, kdežto muži najdou řešení a to jim na určitou dobu stačí. Ženy vibrují, muži stagnují. Ženy se ptají, muži jen odpovídají, případně mlčí. Jak to vidí kouč?

Evo – co proti nám máte? Ne – vážně – kouč Honza Hruška to při své práci s mnoha muži i ženami vidí poněkud jinak. Jako reakci na Vaši otázku bych parafrázoval jedno staré španělské přísloví – určitě bychom našli takové muže a ženy, které zde zmiňujete, rozhodně ale na světě nenajdeme jenom takové muže a ženy. To původní přísloví je o zlodějích, ale to radši jindy a jinde. Nezlobte se, ale dále budu mluvit o ženách i mužích společně, protože je podle mne nemožné úplně generalizovat. Z toho, jaká témata s klienty a klientkami řešíme, jak o nich přemýšlí a jaké akce zástupci obou pohlaví realizují, rozhodně takové rozdělení nevidím. Ledaže bych ho jako chlap nechtěl vidět – že ano?

Trochu jiný pohled ženy a muže na cokoli však přece jen existuje... Umíte si představit, že bych v této otázce neměla pravdu?

Když mluvíme o ženách, jako o inteligentních a bystrých bytostech, se kterými

Hlavní rozdíl mezi ženou a mužem v businessu nevidím v jiskřivosti jednoho a tuposti druhého, spíš jako v různých energiích, se kterými každá ze stran ke své práci a k lidem okolo přistupuje nebo mohla přistupovat.

jsem měl a mám tu čest se setkávat, tak mi velmi „nesedí“ představa, že by, klidně setrvaly v prostředí jen tupě odpovídajících a stagnujících mužů. Jsem přesvědčen že by v takovém prostředí buďto dlouho nevydržely a odešly by, nebo by tam spíš časem nebyli ti chlapi – co si o tom jako bystrá ženská bytost myslíte vy?

Já? Domnívám se, že by ženy zůstaly, ony totiž rozehranou partii šachů nezanechávají na stole. Ženy rády dotahují záležitosti do konce, na rozdíl od mužů, nevádí jim, když je definovaná jistota. Chtějí znát za každou cenu řešení, rády vidí na konec nitky. Ať ve vztahu, nebo v podnikání. Ráda bych vám tím nahrála na odpověď, po které se pídím... Hlavní rozdíl mezi ženou a mužem v businessu nevidím v jiskřivosti jednoho a tuposti druhého, spíš jako v různých energiích, se kterými každá ze stran ke své práci a k lidem okolo přistupuje nebo by mohla přistupovat. Když o tom tak přemýšlím, tak bych spíš než o ženách a mužích radši hovořil o ženské a mužské energii – jen pro příklad o celostním pohledu, pochopení a laskavosti na jedné straně a výkonu, důraznosti, tahu na branku a zaměření na detail na straně druhé. Stejně tak jako o potřebné diverzitě a vy-



Ing. Jan Hruška

opravdovou odpověď mohla dát jen žena – jako muž si takto zjednodušeně odpovědět nedovolím. Vzhledem k tomu, že se pohybují především v oblasti businessu, tak se jako s „problémem číslo jedna“ setkávám spíše s pracovními tématy. Od zakázky typu jak se zlepšit v určitých kompetencích, jak nastavit práci týmu nebo jak lépe komunikovat s některým z kolegů, se k těm osobním tématům samozřejmě dostáváme. V okamžiku, kdy klientka nebo klient zjistí, že mi může opravdu důvěřovat a že koučování je i v citlivých oblastech „přečasto užitečné“. Tak abych odpověděl na vaši otázku, myslím, že se obě cesty sladit dají, znám ženy, které kariéru a mateřství zvládají celkem hladce, jsou samozřejmě i ženy, které mateřství vnímají v přímém rozporu se svou kariérou.

Jak tedy docílit ideálu? Víím, každá rada drahá...

Chcete od kouče radu? Omlouvám se, ale jako kouč neradím, protože bych vám nejspíše vnucoval ideál svůj. Můžu pro vás ale udělat něco lepšího. V případě že chcete svůj!!! ideál hledat, tak vám ho pomohu popsat, „změřit a zvážít“, nechat ochutnat a „očuchat“, případně v představě i prožít... tak abyste si byla jistá, co opravdu chcete, jaké jsou vaše priority. Dále společně budeme hledat zdroje energie a nejlepší cesty jak ideálu, nebo co nejbližší k němu, „ekologickou“ cestou dojít. Ekologická cesta je ta, která pokud možno nikomu neuškodí. Mít vůli k hledání, měření a ochutnávání, a odvahu

Snílkům a vizionářům dobrý koučink pomáhá najít reálné cesty, details, bez nichž by zůstalo jenom u snění, klientům zaměřeným spíše na detail zase pomáhám najít širší souvislosti, často i nový smysl – chcete-li schopnost snít a své sny si plnit.

vydat se na cestu budete muset mít sama. **Vím, co mi chcete naznačit, přesto jsem nyní při zemi, vrtá mi to hlavou. Tedy to, s čím se denně setkávám a co mám z velké části také za sebou. Dokonalejší služby, hospodyně, manžel v roli chůvy – víte, stejně to není ono, protože každá normální matka, ať má jednu, nebo dvě vysoké školy, průběžně celou pracovní dobu tak jako tak myslí na děti, na to, co bude k večeri... Mezi tím tisícero jednání, mítinků, stovky manažerských úkolů, nastavené dny noci...** Vy mi teda dávejte. Co ode mne chcete slyšet? Mohu odpovědět, že máte pravdu (a určitě

máte), že to ženy mnohdy mají opravdu těžké, dítě může mít jenom žena, doma mají chlapy, kteří mají své starosti a zájmy a mnohdy nepomáhají, jak by měli a mohli (určitě ani já ne), nebo taky že znám několik normálních matek, které tak vyhocený problém nemají, protože mají dobré šéfy i mužské doma. Mohu odpovědět i tak, že znám normální matku (nejednu), která po narození prvního potomka našla jiné životní hodnoty, ze světa tvrdého businessu načas odešla, dětem věnuje spoustu hodin, ale díky svým manažerským schopnostem si věci „zařídila“ tak, že se může věnovat i sobě a je velmi spokojená...

A mezitím utíká čas, veličina snad důležitější než zdraví. Co s tím? Přitom například žena jako majitelka firmy, jednoznačně inspirativní osobnost, úžasná hnací síla, je v ní touha tvořit a měnit svět. Málo se tohoto potenciálu využívá.

Vaši otázku rozdělím, protože na ni jako na celek neumím odpovědět. Tak nejdříve s tím časem. Je to stejné jako s tím ideálem. Na takovou otázku si správnou odpověď můžete dát jenom vy sama. Pokud byste se mě zeptala jako má klientka, tak bych se vás zeptal, jak to vidíte vy. Po vašem: Co s tím? Co konkrétně je to „TO“? Jak by to pro vás bylo podle vašich představ? Jaké vás napadají zdroje, kde byste mohla čerpat inspiraci, prostředky, spojení... k tomu, abyste našla řešení a cestu k tomu „TO“. Která by mohla být ta nejjednodušší, která by vás třeba nejvíce bavila... atd. Poslední otázka by asi zněla, jaký bude váš první, byť sebemenší krok, kterým se k tomu vydáte... Na druhou část mohu odpovědět jen ANO. A ke třetímu mám komentář, že možná ano, ale vím o skvělých ženách, jejichž potenciálu se určitě s velkým úspěchem využívá.

Klínem mezi touhou a skutečností je věčné dilema: Kariéra? Děti? Osobní život zvolna vchází do firemního, hlava plná nedokončených projektů, výběrových řízení, večery u počítače, a manžel žárlivý na monitor. Žena má ideály a pevnou vůli – málokterý životní partner pochopí, kolik nádherného je v tom i pro něj. A vysvětlit to nelze.

Tak já si rýpnu – má odpověď (berte ji prosím s rezervou) – pro tuto ženu: najměte si kouče (nebo do toho běžte sama), udělejte si pokud možno jasno. Kariéra – děti?

pokračování na straně 13 ▶

▶ vážení v oblasti týmových rolí lze uvažovat o významu rovnováhy v zastoupení ženské a mužské energie – dá-li se to tak říci. Tady musím podotknout, že i ženy umí vystupovat s výrazně mužskou energií a naopak. Pokud ale vaše položená otázka měla naznačit, že to ženy s námi chlapy často nemají jednoduché, tak plně souhlasím. Co bych svým kolegům – mužům – relativně často vytkl, je to, že se po čase ke svým kolegyním chovají stejně jako k chlapům. To, jak vyjít s mužskými kolegy – jak to přežít – mé klientky řešily několikrát, zajímavý byl postřeh jedné manažerky, která si v rámci koučinku uvědomila, že přejímá chlapeckou pozici: „...vlastně s nimi v ,tom jejich chlapství‘ soupeřím, místo abych si uvědomila, že naopak mohu hledat výhody ve svém ženství, které je pro mne přirozené a je mi v něm dobře.“ Na druhou stranu vaše čtenářky budou možná překvapené tím, že téma „jak spolupracovat s mojí kolegyní“, právě ve smyslu usnadnění jejich situace, není u mužů vůbec ojedinělé.

V praxi, když vedete vrcholovou manažerku či podnikatelku, se přecho často setkáváte s problémem číslo jedna – kariéra a rodina, profesní růst a mateřství – dají se tyto dvě cesty sladit, aby jedna stimulovala druhou?

Dovolím si malé upřesnění k tomu, co jako kouč dělám. Především nikoho nevedu směrem, který vytyčím já. Svě klienty provázím v jejich tématech a podporuji je v identifikaci pro ně žádoucího stavu, nastavování cílů a cest, kterými se k pozitivním výsledkům mohou dostat. Snílkům a vizionářům dobrý koučink pomáhá najít reálné cesty, details, bez nichž by zůstalo jenom u snění, klientům zaměřeným spíše na detail zase pomáhám najít širší souvislosti, často i nový smysl – chcete-li schopnost snít a své sny si plnit. Koučink je o maximální svobodě klienta v tématech i volbě způsobu jejich řešení, také o přijímání zodpovědnosti za sebe sama. Ale zpět k otázce. Myslím, že by na ni

Firmy často mnoho nevědí

o nových výhodách leasingu

Dřívější náhled na Fabii jako typicky dámské auto či druhý vůz do rodiny se za poslední roky změnilo – má image velmi žádaného auta, zejména v Německu. Na výběr jsou však i jiné modely ŠKODA a s nimi kus české historie, španělský temperament vozů SEAT, komfort AUDI či jistota vozů Volkswagenu, tvrdí Jiřina Tapšíková ze společnosti ŠkoFIN. Byla totiž vůbec první ženou koncernu Volkswagen v pozici jednatelky. Obsazení do této funkce předcházela tatáž zkušenost z Turecka. Ostatně – ze stránek Prosperity Madam Business ji už znáte...



Jiřina Tapšíková

Leasing zasáhlo letos hned několik významných proměn. Šlo jen o dílčí úpravy na kráse, nebo zcela nový outfit?

Změnilo se především prostředí leasingového trhu. Podmínky, v nichž se pohybujeme, jsou proti minulosti nesrovnatelně obtížnější. Leasing v tom však samozřejmě není sám, kopíruje stav celé ekonomiky. Legislativa reagovala na nepříznivou situaci úpravami, jejichž smyslem bylo zmírnit tvrdé dopady ekonomické recese i na leasingovém trhu. Také samy leasingové společnosti vytáhly vlastní zbraně v podobě velkého počtu mimořádných prodejních akcí.

O jak silné injekce na podporu podnikání se jednalo a jak změny zapůsobily?

Velká očekávání s sebou nesl odpočet daně z přidané hodnoty i na osobní vozy pro podnikatele. Ti tak už nebyli jako dříve nuceni stát před volbou, zda si do svého pořízeného osobního vozu nainstalovat mřížku a vydávat ho za vůz užitkový, na který se tehdy odpočet daně výlučně vztahoval. V jistém smyslu tak šlo o narovnání podmínek. Podnikatelé vyčkávali do dubna, odkdy tato změna vstoupila v platnost. Poté začali v daleko větší míře s pořizováním osobních automobilů, které však lze v jistém smyslu chápat jako odloženou spotřebu. Veskrze pozitivním efektem byla pro cash-flow podnikatelů okolnost, že mohli získat automobil fakticky bez prostředků, s nulovou splátkou předem. Pokud se totiž složená platba předem při pořízení vozu rovnala hodnotově oněm 19 procentům sazby daně z přidané hodnoty – a tuto možnost ŠkoFIN nabídl – mohli podnikatelé v podstatě okamžitě požádat stát o její vrácení.

Tím však angažmá státu nekončilo...

Pravda je, že v létě vstoupilo v platnost další opatření z balíčku podpory podnikání, a to zkrácená doba odpisů. Finanční leasing tím získal, protože hmotný majetek lze odepsat již během dvou let. Vyšší odpisy sníží klientovi

► daňový základ pro výpočet daně z příjmu. Minimální daňová zůstatková hodnota pro kratší doby leasingu se tím ruší a finanční leasing tak lze nabízet i na dobu pouhých dvou let, bez daňové zůstatkové hodnoty. Podnikatelé a firmy si tak mohou pořízením nového vozu snížit základ pro výpočet daně z příjmu.

Není tedy paradoxem, že i přes tyto výhody se leasingové obchody v České republice propadly za tři čtvrtletí meziročně o více než polovinu?

Vývoj na automobilovém trhu ČR byl pozitivnější než v Evropě či USA. Jeho útlum však přesto poznamenal objemy financování vozů. Nejisté legislativní prostředí pro podnikání handicapovalo podnikatele při pořízení majetku na leasing. Ti v prvních měsících letošního roku nákup vozů odkládali. Společnost ŠkoFIN reagovala velmi pružně. Kompenzovala slabší zájem o finanční leasing nabídkou úvěrů, jejichž objem zejména od druhého čtvrtletí meziročně výrazně zvýšila. Podnikatelům půjčil ŠkoFIN na osobní vozy téměř miliardu, dvaapůlkrát více než loni. U soukromých zákazníků ekonomická nejistota stimulovala spíše nákup vozů v hotovosti.

Co pomáhá v této době leasingu?

Raději bych zmínila, co by pomohlo. Pomohlo by stabilní a konzistentní právní prostředí. Bohužel od roku 2007 procházíme permanentní změnou zejména v oblasti daní. Často jsou některé změny opět upravovány nebo rušeny. Na avizované změny se čeká příliš dlouho, což zvyšuje nejistotu trhu, a po přijetí změny není dán dostatečný časový prostor společností pro jejich implementaci. Naši zákonodárci vůbec neberou ohled na výši investic, kterou toto chování vyvolává. Nehledě na to, že pro naše zahraniční investory jsme slušně řečeno nečitelní. Zkrátka vítězí politická objednávka nad zdravým rozumem. Pomohlo by, kdyby to bylo naopak.

► pokračování ze strany 11

Jak dělit čas... A co se týče těch projektů – zvažte možnosti, vyberte si ten nejlepší, dokončete alespoň ten jeden !!! Se svým partnerem se o svůj úspěch podělte, uvidíte, že ho nejspíš docení, z úspěchů se těšte vzájemně... No a pokud máte doma opravdu úplného pitomce, se kterým to fakt nejde, který jen žárli na monitor, dělá scény a dusno, tak si najdete partnera jiného. Co vy na to?

Žena v businessu potřebuje úspěch, celospolečenské uznání, ne dogmatické



V jaké tržní pozici je nyní tedy ŠkoFIN?

Společnost ŠkoFIN si vedla v obtížných ekonomických podmínkách nadprůměrně ve srovnání s leasingovým trhem. Jako financující společnost skupiny Volkswagen v ČR stabilizovala svoji pozici. Za letošní třetí čtvrtletí poskytla v leasingu a úvěrech klientům téměř čtyři a půl miliardy korun. V žebříčcích České asociace leasingových a finančních společností je s výrazným odstupem špičkou v objemu financování osobních a užitkových vozů. Propad leasingových obchodů se podařilo kompenzovat přírůstkem úvěrového financování nákupů nových i ojetých aut, čímž v naší firmě prudce stoupl podíl neleasingového financování. Špičku představuje ŠkoFIN i v objemech podnikatelských úvěrů, přestože jako člen koncernu Volkswagen financuje pouze pořízování automobilů.

Jste tedy leadrem trhu. Jak tipujete vývoj leasingu v příštím roce, s jakými kartami budete hrát?

Zejména podnikatelky a manažerky dobře vědí, že investice i potřeby domácností se

ŠkoFIN

dnes již bez financování od nebankovních institucí díky jeho výhodám neobejdou. Další vývoj českého trhu bude záviset na hospodářské situaci a prodeji vozů, který však automobilové společnosti tipují rozdílně. ŠkoFIN očekává v příštím roce mírný nárůst prodeje a zvýšení podílu operativního leasingu, u něhož by mělo být impulsem uzavírání smluv s fletovými klienty na tříleté období, což je nákladově nejvýhodnější

V rámci protikrizového opatření si mohou firmy až do konce června příštího roku uplatnit na nově pořízený majetek zrychlené odpisy a tím i rychlejší promítnutí investice do daňových nákladů. Bohužel je až překvapivé, jak často se setkáváme s firmami, které o této možnosti nevědí.

varianta. V rámci protikrizového opatření si mohou firmy až do konce června příštího roku uplatnit na nově pořízený majetek zrychlené odpisy a tím i rychlejší promítnutí investice do daňových nákladů. Bohužel je až překvapivé, jak často se setkáváme s firmami, které o této možnosti nevědí.

Finančními službami reprezentujete značky Volkswagen, Audi, Seat, Škoda. Který model vám osobně nejvíce přirostl k srdci?

Snadná otázka, obtížná odpověď. Je to stejné, jako zeptat se rodičů, kterému z potomků dávají přednost. Skutečně každá značka je něčím zajímavá, každá její model. ŠKODA Auto je kusem české historie, AUDI značkou komfortu. Volkswagen představuje jistotu a tradiční spolehlivost, SEAT zase španělský temperament... Proto je těžké odpovědět. Nebude nakonec nejlepší vyzkoušet v různých životních obdobích každou z nich?

za rozhovor poděkovala Eva Brixl

ocenění, ale jistotu, že se jí to či ono podařilo a že to ostatní vnímají.

Kouč by měl pomoci ke štěstí.

Máte pravdu, pokud jsme zodpovědní sami za sebe a uděláme maximum, pak si úspěch a uznání zasloužíme. Jako kouč věřím ve své klienty, v jejich schopnost dosahovat svých cílů. Pokud budete hledat, co přesně chcete, budete chtít najít řešení pro svá témata a budete ochotná pracovat na jejich realizaci, pak vám já, i kterýkoliv jiný kouč, budu rád průvodcem na vaší cestě za štěstím. Najít vlastní cestu k němu,

dosáhnout ho a být šťastná, ale budete muset vy sama, to za vás nikdo neudělá.

odpověďmi provázela Eva Brixl

Pod hlavičkou Integral Headway nyní najdete naše rozvojové programy, uplatňující a rozvíjející principy integrálního myšlení jednotlivců a týmů.



Studium cizích jazyků

považuji za takový malý trénink mozkových buněk

Dobrý den, jak se daří? Vaše země je krásná. Máte úžasnou kuchyni. Vaše zahrady a parky nemají obdobu. Zním vaše hudební skladatele i spisovatele, přinesli světu významné hodnoty. Tak nějak možná začínáte konverzaci v zemi, kam jste přijeli na služební cestu. Ať už je to veletrh, nebo tvrdé obchodní jednání, či pouhý průzkum prostředí, o němž tušíte, že by pro vaše podnikání mohlo být inspirativní. Domluvit se a vědět, jaké jsou v daném území zvyklosti, vyjít tím vstříc tomu, co cestou do zahraničí sledujeme, patří k základnímu kroku vedoucímu k úspěchu. O Čechách je však známo, že k učení se cizím jazykům nemají stále ještě nejbližší vztah a že je to také generační problém. Reprezentanti Jazykové školy Sluně – svět jazyků, s.r.o., která se na našich stránkách již několikrát objevila, mají na to, aby byl každý z nás několikým člověkem, jednoduchý recept. Firmy i jednotlivci, sdělte nám svá přání, splníme veškerá. Z kuchyně jejího přístupu k zákazníkům nastínila více Ing. Lucie Vlková, spolumajitelka a výkonná ředitelka:

Jazyková škola Sluně – svět jazyků

v létě mířila za klienty a „žáky“ řadou marketingových akcí. Byly úspěšné?

Řada z nich ano. Například příměstský dětský tábor angličtiny, který jsme nabízeli letos poprvé a o který byl velký zájem. Momentálně jsme doorganizovali také Divadelní kurz v angličtině, který začal na konci listopadu.

Vím, že na marketing hodně sázíte, myslíte si, že právě v letošním ekonomicky složitém roce mohl aktivní marketing firmám pomoci k životu více než v jiných letech?

Řada společností totiž marketingové aktivity hodně finančně okleštila, ale přitom stále platí: sejdeš z očí, sejdeš z myslí.

Domnívám se, že právě v tomto ekonomicky proměnlivém období je nutné „zůstat na očích“. Být viděn svými potenciálními klienty, kteří si naše služby možná nekoupí dnes, ale třeba za rok, kdy se ekonomická situace zlepší. Jen je třeba najít způsob, jak to udělat v rámci současných finančních možností firem. Marketing je nedílnou a důležitou součástí i naší firmy. I přesto, že jsme malá společnost, 24 pracovníků na HPP, máme svého „marketařa“. V posledním roce jsme hodně vsadili na aktivní práci s novináři a médií, na on-line marketing (Facebook, LinkedIn apod.) a na přidanou hodnotu, kterou svým zákazníkům dáváme, např. nabízíme víkendové předklady za cenu standardních, ukázkové hodiny zdarma a jiné. Věřím, že je to cesta správným směrem, ale její „plody“ se začínají objevovat



Ing. Lucie Vlková

až nyní. Proto si zatím netroufám hodnotit její plusy a minusy. Také se stále, i v ekonomicky těžším období, aktivně angažujeme v charitativní oblasti – např. sponzorujeme

Linku bezpečí a aktivně s ní spolupracujeme, sponzorujeme soutěže a kongresy, na kterých se angažují naši cíloví klienti – soutěž Top Asistentka, Zdravotnická konference apod. ▶



dáno faktem, že navázat přátelství je pro mne poměrně dlouhodobý proces a za své přátele považuji úzký kruh lidí, se kterými je mi dobře a kteří mne podrží, když to potřebuji. Co se týče klientů, spíš bych řekla, že s některými se nám podařilo vybudovat vztah založený na vzájemném respektu a důvěře, což je pro mne důležité. S takovými klienty pak bývám v kontaktu i poté, co spolupráce již skončila.

Ostatně, co jste vystudovala a proč jste s Petrem Paskem založili jazykovou agenturu?

Vystudovala jsem Obchodně podnikatelskou fakultu Slezské univerzity v Karviné, obor Marketing a management. Což není právě obor zaměřený na jazykové vzdělávání, nicméně znalost jazyků jako takových byla jeho důležitou součástí. Základ byla samozřejmě angličtina, na které nás naši páni profesori, Angličané, dost potrápili. Tehdy se nám to sice moc nelíbilo, ale dnes si toho velmi cením. Navíc se mi podařilo v posledním ročníku odjet studovat na jeden semestr do Anglie, respektive Walesu. To byla teprve ta pravá „zkouška ohněm“. Druhým cizím jazykem pak byla španělština a té se věnuji dodnes. Ale abych se vrátila k otázce, proč jsme založili jazykovou agenturu. Jednak máme k angličtině a cizím jazykům obecně oba velmi blízko. A další důvod byl poměrně jednoduchý, po skončení vysoké školy jsem rok dělala práci, která mne nenaplňovala. Petr skončil školu o rok později

Učíte se teď nějakému cizímu jazyku?

Ano, učím se stále, ze dvou důvodů. Za prvé, pokud jazyk často aktivně nepoužíváte, rychle jej zapomínáte, bohuďák (pro nás). Za druhé, studium cizích jazyků považuji za takový malý trénink mozkových buněk, tedy obranu před jejich zakrněním. Proto si udržuji a stále prohlubuji svou znalost angličtiny, ta je pro mne důležitá. Druhým jazykem je pak již zmíněná španělština, která je mým koníčkem. Paní lektorka mne sice za mé výsledky vždy chválí, ale myslím, že její zvládnutí je ještě „běh na dlouhou trať“. Teď mne napadá ještě jeden užitek studia. Víím, a stále si připomínám, jak vypadají hodiny z pohledu studenta a co zažívá, když zjistí, že se ta pitomé slovíčka sice učil, ale právě teď si na ně nemůže vzpomenout...

Žena, matka, manažerka, podnikatelka, čas, který se těžko dělí. V čem je pro vás business čarovný?

Čarovný? To nevím, čarovný je myslím příliš silné slovo. Samozřejmě mi něco dává. Primárně mi dal možnost dělat něco, co mne baví. To je pro mne velmi důležité. Dal mi a stále dává možnost dělat různorodou práci a rozvíjet své znalosti a schopnosti. Dává mi do jisté míry svobodu a nezávislost. Nemám žádného šéfa, na kterého bych nadávala. Na druhou stranu nemám žádného šéfa, od kterého bych se učila. Takže se učím ze svých vlastních chyb a nadávám sama sobě. Zatím mi to stojí stále za to.

otázky připravila Eva Brixí
foto: Radovan VLK

Domnívám se, že právě v tomto ekonomicky proměnlivém období je nutné „zůstat na očích“. Být viděn svými potenciálními klienty, kteří si naše služby možná nekoupí dnes, ale třeba za rok, kdy se ekonomická situace zlepší. Jen je třeba najít způsob, jak to udělat v rámci současných finančních možností firem.

a také nebyl právě nadšený představou, že se nechá zaměstnat. Navíc už během studií sám vyučoval pro regionální jazykovou školu. Tak jsme si řekli, že to riskneme s vlastní firmou, jazykovou školou. A ono to vyšlo a stále funguje.

Vzpomenete na první obchodní případ?

Na první obchodní případ si asi nevzpomenu. Ale vždy si vzpomenu na ty významné. V začátcích to byla bezesporu výuka zaměstnanců Českého Telecomu, se kterou jsme začali v Ostravě a rozšířili ji na celou Moravu. Díky Českému Telecomu jsme vlastně otevřeli naši první pobočku v Brně.



► Pozornost jste nyní obrátili také k základním školám – jaký je zájem?

Do naší celkové nabídky jsme letos zařadili kurzy pro děti ze základních a středních škol. Z úst mých kamarádů a známých často slyším, že výuka angličtiny na školách není právě na nejlepší úrovni, proto jsme se rozhodli oslovit také tento segment trhu. Největší úspěch jsme měli v Praze. Zde běží „školička“ pro děti, díky naší kolegyni Andree Jirsově, již delší dobu, a letos v září se naplnilo osm tříd po osmi až devíti dětech. V ostatních regionech se přihlásilo pouze pár dětí. V létě jsme organizovali také příměstský tábor se základní školou v Ostravě – Proskovicích, kterého se zúčastnilo 24 dětí různých věkových kategorií.

Významnou klientelou Slůněte jsou firmy. Jak pracujete s těmi věrnými?

Základem je, že každý zákazník je pro nás důležitý. Firmám s větším počtem kurzů či objemem překladů věnujeme samozřejmě více času, jelikož organizační a administrativní zajištění zakázek je náročnější. Snažíme se však být s každým klientem v pravidelném kontaktu a budovat tak obchodní partnerství, kdy klient ví, že je mu poskytována služba na vysoké úrovni včetně servisu, který požaduje. Proto také klienty i studenty pravidelně žádáme o zpětnou vazbu a hodnocení spolupráce z jejich pohledu. Předcházíme tak vzniku mnoha problémů a nedorozumění na straně jedné, a na druhé straně dle jejich připomínek a požadavků můžeme dále upravovat nabídku a zdokonalovat naše služby. Cílem je navázání úzké vazby mezi Slůnětem a klientem. Lépe jej poznat, lépe chápat jeho potřeby a snažit se mu vždy vyjít vstříc – to jsou naše dlouhodobá kréda.

V komunikaci s obchodními partnery se hodně spoléhá i na osobní přátelství. Ziskala jste i vy mezi klienty přátele?

Nemohu říci, že právě přátele. Ale to je spíš



S jednou paní

Tomáš Kozák

V popředí zájmu
prachy a živnost,
tak trochu láska,
tak trochu podlost.
Vezmi na hůl negramotu,
Potom s ní jdi na žebrotu.

Ještě jednou dokola:
ententyky dva špalíky,
ze mě vola
z tebe vola.

Ach paní!

Už letí pták...

Jaroslav Holoubek

Už letí pták
jak lotos otvíráš se
před přílivem
jako bys držela celý svět
Jednou kýl
podruhé lodní šroub
zavrtává se do těla
hluboko a hloub
až přijde bouře a vlny
a klín bude plný

Chci tě znova a teď

Eva Brixí

Chtěla jsem křičet
Měla jsem mlčet
Pokaždé je to stejné
Pokaždé je to jiné
Chci tě znova a teď
Chci s tebou uletět
Do hlubin študákovy duše
Tam jsme dělali vše jednoduše
Chci tam
Kde polibek zní a kouše
Chci se ti prodat navždy pokorná
Nedokončená a jediná
Sto orgasmů během vteřiny
To jsou moje peřiny
Polštář uprostřed ztratil dech
Když kohout zakokrhal na nocleh
Hodiny bijí Budík poly-
ká vlastní polibky divocha
Jizva v duši do budoucna tiká
Nechci ji na pomoc Ona vzlyká
Ráda bych s tebou prošla peklem
Vzlínat a kypět V kře-
či tělo Na stáří smeknem
Všechny ostatní absurdní ženy
Ať jdou k čertu
Musím rozdupat nápis zby-
tečně vyvěšený
Můj večer je stále otevřený



Z kapsy ti kouká medvídek

Markéta Bartíková

Z kapsy ti kouká medvídek
Já bych ti hochu všechno dal
i modré z nebe
bych ti snes
a sladkou vatu
cukrovou

Já bych ti růži vystřelil
a taky toho medvídka
Jó hochu
já ti všechno dám
klidně i hvězdy
baldachýn

Nu všechno
na co ukážeš
Z kapsy ti kouká medvídek
je to ten z poutě
pro tebe
Jó hochu
já ti všechno dám



Uleháš vedle jiné

Markéta Bartíková

Uleháš vedle jiné
Ale co je ta chvíle
proti našim chvílím
Jen drobet úsvitu
pomalé krůčky vzad
Naše chvíle
to je vodopád
Pod nimi nahá těla
smáčená jasmínem

Když vychází slunce*Markéta Bartíková*

Na okapu pozoruji vítr
 Červený nátěr
 je jako rty po půl litru vína
 omítka jako mořská pěna
 když vychází slunce
 Já vím
 má nálada pulsuje
 a provokuje
 Já vím
 později možná nevidím růst stromy
 a zpívat trávu
 Ale kdo by nad tím přemýšlel
 když obloha je teď
 tak modrá

Jen tak*Markéta Bartíková*

Jen tak se dotknout tvých rtů
 jak pero kalamáře
 ušpinit ti svědomí
 nemístně mlčet lásku
 Jen tak tě uchopit a tančit
 bez plánování a slibů

Snad se dá z lásky zešlést
 Srdce si vyrvat
 na břehu moře zpívat
 všechny noci protančit
 Snad se dá z lásky zešlést
 Chtěla bych žít
 na ostrově šílených

Vzít si tě nenechám*Eva Brixí*

Dobrá rada nad zlato
 Ale nejsem zlatokop
 Už vím
 Co udělám
 Vzít si tě nenechám

Paže máš k tomu
 Abys mne udržel
 V bezmoci
 A klidně až k ránu a zase do noci
 Pořád stále i po svítání
 Pro milence už nejsem k mání
 Neřešíš váháš já to vím
 Už ani nehřešíš
 Měnit je zbytečné co léta slouží
 I když sandály táhneš často louží
 Bez řečí
 Dojdeš-li k cestě alespoň na půl bezpečně
 Co ano a co ne
 Ženatý perverzo ještě něžnější
 Jak ses kdysi přiznal
 Hodnotu času svého pro mne jsi ještě neznal

Ať je co je
 Z dalek svaté obrázky
 Fotky němé a přesto zpívající pro lásky
 Máš pro mne schované
 Vzít si tě nenechám
 A ještě než
 Zavřeš dveře Tvé oči budou dokořán
 Vysoukám tričko a budu koukat vleže
 Na tvé rozpaky
 Každý muž je někdy nesvůj
 Tak nade mnou nestůj
 A hlad
 Můj osud v němou chvíli
 Vynaslad

Závidím jim*Tomáš Kozák*

Závidím jim,
 básníkům,
 co všechno mohou.

Chtěl bych
 jako oni
 vyznat lásku přes beton,
 plazit se chlupatým jazykem
 dívkám po stehnách,
 odskočit od hladiny,
 nechat si nabílit tělo tmou,
 a taky bych chtěl
 umět roztočit zeměkouli
 jako oni,
 chtěl bych lhát jako oni
 a věřit tomu
 jako oni.

A nevěřit tomu
 jako oni.

A věřit koni.

Usínání*Jaroslav Holoubek*

Jezdíme spolu donekonečna
 na uzavřeném okruhu
 Formule ve dvou cílem věčná
 bez svodidel a popruhů

Po cestě stopují nás zbylé kosti
 květiny ve větru stíny múz
 Jak nabíráme na rychlosti
 rozechvívá se i náš vůz

Co chvíli nahýbám se nad tvou tratí
 v zatáčce na bok vykláníš se
 Pod víčky svůj směr ztrácím Ztratím
 se jako kapka vody v misce

Jsem tvoje žena šeptáš spící
 Ráno nás zpomaluje
 cílovou šachovnicí

Jak efektivně využít čas v práci, domácnosti a při odpočinku?

Denisa Ranochová, mediální poradkyně



Pojem Time management se dnes skloňuje snad ve všech pádech. Nutí nás k tomu doba, kdy výkonnost ruku v ruce se špičkovou kvalitou odvedené práce je brána jako samozřejmost. Nechci hovořit o různých pomůckách a technikách, jejichž výuku nabízí řada školicích firem, ráda bych se v rámci Time managementu zastavila nad vytížeností manažerů v porovnání s jejich ohodnocením. Pracuji přes deset let v médiích, částečně jako odborný novinář, částečně radím firmám, jak správně komunikovat s médii. Před dvěma lety jsem se díky vytíženosti, množství dílčích zakázek a splnění daných termínů dostala do situace, že jsem usínala nad ránem a stávala po rozednění. Měla jsem na výběr ze dvou možností, buď rozšířit pracovní tým, což by znamenalo zvýšení nákladů, nebo najít na trhu software, který by „plánoval za mě“. Po čase pátrání a testování se mi dostal do ruky software TimeMaker od české společnosti, který přesně splnil má očekávání. Komplexně propojuje poštu, úkoly i kalendář. Na veškeré projekty, byť jsou to i drobné zakázky v řádu několika úkonů, vytvářím jednoduchý mi-

niplán. V něm jsou popsány jednotlivé kroky, zadána zodpovědnost vykonavatele, termín splnění a především plánovaný čas, který chci jednotlivému kroku věnovat. To vše je propojeno s kalendářem. Nemusím už tedy nosit v hlavě starosti, kdy je potřeba co udělat, co hoří a co je po termínu. Mám komplexní přehled své vytíženosti v jednotlivých dnech a vím, zda mohu a v jakém rozsahu přijmout další zakázku. Ze systému zároveň jednoduše vytvořím přehledné výkazy, které mi umožňují srovnávat plánovaný a uskutečněný čas realizace i dílčích kroků zakázky. Zároveň mám přehled o plnění úkolů a termínů svých kolegů. Proč o tom hovořím? Řada manažerů je pracovním přetížená a často pracuje nesystémově i osmáct hodin denně. Pokud se však práce přehledně plánuje včetně stanovení dílčího času jednotlivých úkonů, dostává manažer do rukou argument o přehledu své pracovní vytíženosti, který pomůže nejen jemu samotnému, ale i nadřízeným, vedení společnosti či klientovi.

Odborář roku

fejeton

Už máme zase na krku vánoční svátky a hrůzu z toho, že s dárky to bude letos asi pořádná blamáž. Co komu dát pod stromeček a na nikoho nezapomenout, čím udělat radost a jak nezklamát očekávání? Tohle předvánoční trauma přepadá podle odborné studie až dvě třetiny obyvatelstva, zbylá, pasivní, třetina pevně doufá, že bude tentokrát Ježíškem mile překvapena. Patřím sice do toho jednoho procenta respondentů, kteří vyhlízejí Štědrý večer bez valného zájmu, emocí a naprosto bezstarostně, nicméně blížící se Vánoce mě přece jen přinutily zamyslet se nad zvyky, tradicemi a z nich vyplývajícími důsledky. Nikoli však v privátní, ale, řekl bych, pracovní oblasti. A položil jsem si otázku, co bych nadělil našim zaměstnavatelům, podnikatelům a manažerům, prostě těm, od nichž každý měsíc čekáme vyplacenou mzdu a každý rok růst hrubého domácího produktu. Čím bych potěšil je a zároveň prospěl národnímu hospodářství, které stále ještě hledá dno recese, od něhož by se odrazilo k vytoužené cestě vzhůru ke hladině prosperity? Bylo by toho jistě hodně, co bychom my všichni uvítali: Vymahatelné zákony,

právo na straně poctivých, dobře fungující úřady a mohl bych jmenovat další neuskutečněná a zřejmě i neuskutečnitelná přání, po nichž toužíme a jež nám někdo, neznámý kdo, nedovolí splnit. Jenže mě tentokrát přišlo na mysl něco ne tak absolutně nesplnitelného, i když hodně, hodně vzácného. K Vánocům 2009 bych firmám, ale celé zemi, nadělil Odboráře roku. Že nevíte, o čem píši? O představitelích zaměstnanců, dosahujících tak vynikajících výsledků, že se umístili na nejvyšších místech regionální, celostátní, evropské, transatlantické, globální soutěže Odborář roku, desetiletí, století, milénia. Myslím to docela vážně, protože věřím, že každá společnost se může rozvíjet nejen díky elitám podnikatelským, ale i odborářským a obecně lidským. Kde je vzít? Ze soutěží, které dosud chybí, ale které by měly být co nejdříve vypsány. Jak si představuji takového topodboráře? Měl by to být člověk, který nesleduje pouze omezený zájem jedné strany, ale jedná v souladu s prospěchem vlastního podniku, oboru nebo odvětví a v širším měřítku i celé země. Proto by asi nevystačil jen se zkušenostmi námezdně pracujícího, ale na vlastní kůži by měl zažít radosti a strasti života podnikatelského.

Pak by k sociálnímu dialogu přistupoval s komplexními znalostmi i větší zodpovědností. Když už jsem se o svém nápadu tak rozepsal, měl bych zveřejnit i svého kandidáta na Odboráře roku. Budete možná překvapeni, ale sáhl bych po Jaromíru Duškovi, který už se zdánlivě dostal za zenit své kariéry. Kdysi obávaný odborářský boss, který v 90. letech vyhrál stávkou železničářů nad všemocným státem, se sice vytratil z pozornosti médií, ale určitě dospěl. Dozrál tím, že si pořídil malou vodní elektrárnu a vedle odborářského „řemesla“ začal podnikat. Vyprávěl mi s neskrývaným nadšením o tom, v jakém stavu převzal Kaplanovu turbínu, jak se pustil do oprav stávek a hradítek, aby mu neutíkala voda, jak zapojil do díla i své děti, aby z nich vychoval starostlivé hospodáře, zmínil se o špatném spaní, když udeřilo sucho a hladina klesla... V té chvíli mi ten chlap, který naháněl hrůzu ministrům i premiérům, byl přes všechny jeho nečnosti velmi sympatický. Před letošními Vánocemi jsem si na něj s vděčností vzpomněl a jistě už chápete, proč. Věřím, že projekt Odborář roku nezůstane jen mým bláhovým nápadem. Lépe řečeno, že si my všichni budeme vidět dál než na špičku nosu.

Pavel Kačer



Češi budou o Vánocích šetřit na dárcích, ale ne na jídle

Jak ukázal průzkum* společnosti Unilever, pětina Čechů očekává, že jejich letošní Vánoce budou skromnější než ty loňské. Nejčastěji jsou připraveni šetřit na dárcích, naopak vůbec se krize nedotkne jídla, zato plánují utratit dokonce víc než vloni. V době krize Češi preferují kvalitu před kvantitou – jsou připraveni koupit méně dárců, ale budou je pečlivěji vybírat.

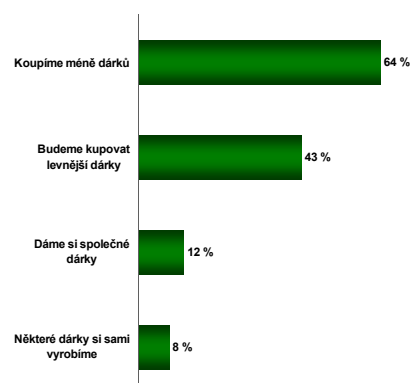
Průzkum ukázal, že Češi letos plánují utratit za vánoční dárky méně. Průměrná předpokládaná útrata za dárky na člena domácnosti poklesla z loňských 3667 Kč na letošních 3106 Kč. „Zatímco v loňském roce se chystaly na dárcích více šetřit vyšší příjmové skupiny, letos jsou to spíše lidé s nejnižšími příjmy. Lidé s vyšším příjmem zpravidla letos utratí stejně nebo jen o málo méně než loni. Pro všechny příjmové skupiny ale platí, že se chystají pečlivěji promýšlet, co nakoupí. Letos prostě budeme své Vánoce více plánovat a pečlivěji vybírat,“ uvedl Petr Hantych, regionální manažer business analýz Unilever CEE a Rusko. Naopak vůbec se letošní vánoční šetření

nedotkne potravin, na těch Češi uspořit nehodlají. Nákup jídla a pití bude vůbec nejdražší sváteční položkou. Zatímco vánoční večeře vyjde v české domácnosti průměrně na 780 Kč, ještě o něco dražší je oslava Silvestra a Nového roku, která vyjde průměrně na 900 Kč. Složení svátečního stolu zůstává již řadu let zcela stejné – na štědrovečerní tabuli nebude v naprosté většině domácností chybět kapr, bramborový salát a vánoční cukroví.

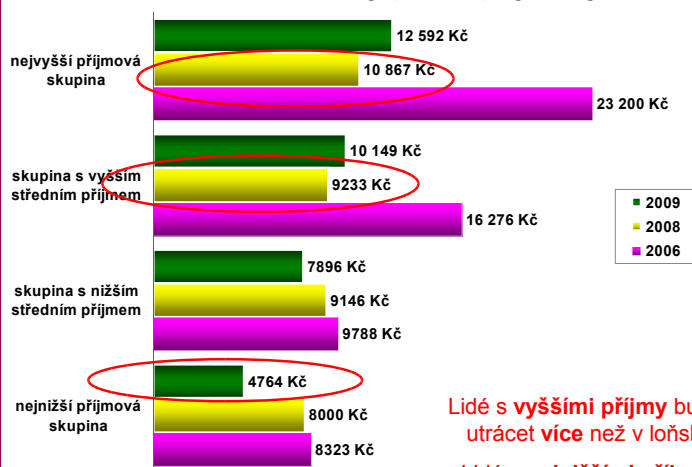
(tz)

* průzkum proběhl v srpnu a září 2009 a pracoval s reprezentativním vzorkem 200 respondentů

Jak budete letos šetřit na dárcích?



Průměrná útrata za dárky podle příjmových skupin



Lidé s **vyššími příjmy** budou letos utráčet **více** než v loňském roce!

Lidé s **nejnižšími příjmy** budou letos utráčet výrazně **méně**!

Kolik druhů vánočního cukroví doma průměrně pečete?



Všichni respondenti, kteří pečou vánoční cukroví

Soutěž

Jak dopadly dvě soutěže na téma kosmetika

Vážené čtenářky, potěšilo nás, jak rychle a přesně jste reagovaly na naše dvě soutěžní otázky, které jsme položili v listopadovém vydání Prosperity Madam Business. Všechny odpovědi, které nám dorazily na naše mailové adresy, byly správné. Z nich jsme vylosovali dvě, jejichž autorky příslušné firmy odmění.

Otázka: Pod jakou značkou vyrábí česká firma Detecha ch.v.d. tyčinky a pomádky na rty?

Správná odpověď: **Jelení lůj**

Výherkyní je: Františka Trlifajová, Provodovice 41, 753 53 Všechnovice



Otázka: Znáte jméno – název společnosti, působící v oblasti kosmetiky, která již více než 50 let dodává spokojeným zákazníkům svůj neznámější výrobek – mandlový krém?

Správná odpověď: **AB Cosmetics, s.r.o. Bratislava**
Vylosovanou výherkyní je: Dagmar Veselá, Polní 630, 696 32 Žďánice



Udržitelnost je dnes součástí obchodního modelu Henkel: perte na 30 °C!

Mezinárodní výrobce pracích prášků, kosmetiky, lepidel a technologií, společnost Henkel, již několik desetiletí aktivně přispívá prostřednictvím svých značek a technologií k trvale udržitelnému rozvoji. Firma ve svém podnikání prosazuje „třípilířový model udržitelného rozvoje“, neboli princip 3P (People, Planet, Profit – tedy Lidé, Planeta, Zisk), který udržitelnost vnímá jako rovnováhu mezi prospěchem pro sociální sféru, životním prostředím a ekonomickým ziskem. Tento přístup uplatňuje ve všech fázích životního cyklu výrobku – od výběru surovin nebo použití výrobních technologií, přes distribuci, spotřebu až k likvidaci produktu. Ve všech oblastech zájmu si firma Henkel stanovila ambiciózní cíle do roku 2012.

Udržitelnost není v chápání společnosti Henkel pouze otázkou podpory jednotlivých sociálních projektů nebo příspěvků na dobročinnost, ale spíše nedílnou součástí obchodního modelu. Ten zahrnuje jak výrobní procesy, tak procesy řízení. Důkladnou analýzou životního cyklu jednotlivých výrobků firma Henkel sleduje, jaký dopad na životní prostředí má nejen výběr surovin nebo použití výrobní technologie, ale i logistika, spotřeba a likvidace produktu. Výsledky těchto analýz pak vyhodnocuje a přizpůsobuje jim produktová portfolia. Cílem je, aby každý nový výrobek, který se uvádí na trh, přispěl alespoň k jedné z pěti oblastí zájmu (energie a klima, voda a odpadní voda, materiály a odpady, bezpečí a zdraví, sociální pokrok). V oblasti řízení je pak důležitá firemní kultura, vize a hodnoty firmy, na jejichž základě staví aktivity ve zmíněných 5 oblastech zájmu. Do roku 2012 si Henkel stanovil ve všech pěti oblastech velmi ambiciózní cíle. Při zachování nebo zvýšení výkonu svých produktů chce snížit vlivy svého působení na životní prostředí o 10–20 %, a to následovně: Principy udržitelného rozvoje během všech fází životního cyklu výrobku vycházejí zejména z iniciativy Divize pracích a čisticích prostředků, jejímž motem je „kvalita a odpovědnost“.

Udržitelnému rozvoji se společnost Henkel věnuje řadu let. Roli průkopníka dokázala již mnohokrát v historii – v 50. letech v ochraně vod, v 60. letech zavedením biologicky odbouratelných povrchově aktivních látek a v roce 1983, kdy na trh uvedla první bezfosfátový prací prášek na světě. V současné době se firma Henkel soustřeďuje na snížení dopadu svých produktů ve fázi spotřeby.

Dle analýz životního cyklu pracích prostředků od fáze přípravy surovin, přes výrobu, distribuci, spotřebu až k likvidaci výrobku vyplývá, že se převážná většina elektrické energie spotřebuje právě ve fázi používání výrobku. Z tohoto důvodu se firma snaží svým spotřebitelům vysvětlit nutnost snižování teplot prání, neboť právě ohřevem vody se spotřebuje 70–80 % elektrické energie potřebné na jedno praní. Nejaktuálnější novinkou, kterou společnost Henkel uvedla k podpoře trendu snižování teplot a tím i úsporám energie při prání, je prací prášek Persil Gold Plus Cold Active, který umožňuje prání již při 30 °C. Jeho aktivní látky začnou působit již ve studené vodě, tudíž hned po zahájení prání, čímž se i na skvr-



ny působí podstatně déle než předtím, kdy bylo třeba ohřátí vody na určitou teplotu. Práním při nižších teplotách dochází k výraznému snížení výdajů za energii. Změnou přístupu a zvyků spotřebitelů z prání na 90 °C na 30 °C lze dosáhnout úspory až 1301 Kč ročně. Při přechodu ze 60 °C na 30 °C se ušetří tolik energie, kolik by stála průměrná zásoba pracího prostředku Persil na celý rok. Uvedením tohoto prostředku na trh reaguje společnost Henkel na požadavky spotřebitelů, kteří si přejí prát na nižší teploty a v současné ekonomické krizi rovněž šetřit energií v domácnostech. Přidanou hodnotou je pak dopad na životní prostředí, který se nižší spotřebou energie zmenšuje.

(tz)

Cetelem nabízí ke zboží pojištění prodloužené záruky

Společnost Cetelem připravila pro své klienty od 1. prosince 2009 novou službu. Jedná se o pojištění prodloužené záruky u výrobků spotřební techniky. To umožní všem držitelům kreditních karet vydaných společností Cetelem prodloužit si na nově zakoupeném zboží ochranu o dalších 12 měsíců nad rámec zákonné záruky poskytované výrobcem.

„Všem klientům, kteří nakoupí vybranou bílou a černou techniku v ceně od 2000 Kč do 20 000 Kč, zaplatí ji kreditní kartou vydanou naší společností a do 30 dní od nákupu toto zboží zaregistrují u POJIŠŤOVNY CARDIF PRO VITA, získají na zakoupené zboží pojištění prodloužené záruky na jeden rok zdarma,“ představil novinku Darek Filip, ředitel



Útvaru rozvoje obchodních aktivit společnosti Cetelem. V případě, že se během doby prodloužené záruky zboží porouchá, pojišťovna uhradí klientovi náklady na opravu nebo tzv. časovou cenu, pokud bude výrobek neopravitelný nebo oprava neekonomická. „Prodloužená záruka se tak vztahuje na výrobky, jako jsou televizory, videokamery, fotoaparáty, chladničky, mrazničky, pračky, myčky, vysavače, žehličky a další výrobky,“ vyjmenoval nejčastější výrobky, ke kterým je možné pojištění sjednat. Výhodou proti konkurenčním nabídkám je, že prodloužená záruka je u zaregistrovaného zboží platná i bez ohledu na to, zda je klient stále držitelem kreditní karty vydané společností Cetelem. Prodlouženou zárukou lze také využít i v případě darování nebo dědictví zboží.

(tz)