

Madam[®] BUSINESS

PROSPERITA

červenec 2024

Ruce mi voní po šalvěji

Eva Brixi

Sbírám si stébla krajiny
A ruce mi voní po šalvěji
Není to jenom koření
Zařikadlo k tvému dvoření
Andělé
Tuhle bylinu dejte mi
Až mi bude ouvej
Svazeček sametový hladí
Moji duši
Která občas víc ví a víc tuší
Parfém kořeněný
Proniká jsoucnem
Esence prokletá
Dychtí po životě
Já budu stoletá
Rozemnu lístek mezi prsty
Cítím tvou kůži
Plnou zkušeností
Muži si šeptají o ničem
V čekárně u doktora
Vrásek se nebojím
Buď si jistý
Už tě mám
Skoro v hrsti
Připomínáš mi
Mne samotnou
I mnohé další
Co žádné sliby neřeknou

Irena Melounová

Naši svářeči, dělníci, konstruktéři
a technici umí neuvěřitelné věci

rozhovor na stranách 10–11

náš tip

Astrali hlásí: nezapomínejte na peeling

Pokožka se obnovuje zhruba každých 28 dní. Regenerační procesy lze umocnit také peelingem. Pomůže odstranit odumřelé kožní buňky, které někdy mohou způsobit, že kůže vypadá málo vitální, matná a zašedlá. Má to ale i další benefity. Scrub od Astrali dokáže v pokožce povzbudit mikrocirkulaci a podpořit její přirozenou výživu a oxysličení, pomůže odstranit hlubší nečistoty a připraví ji na rovnoměrné samoopalování nebo opalování. Navíc bude po pravidelném peelingu jednou týdně schopná lépe vstřebávat výživu z tělových mlék a krémů. Francouzská kosmetická značka Astrali na náš trh sice vstoupila teprve před pár měsíci, ale v jejím portfoliu již teď najdou zákazníci vše, co potřebují, aby pokožku celého těla v letním období chránili před nepříznivými vnějšími vlivy.

www.astrali.cz



Máme více investorek než investorů

Více než polovina Čechů hodnotí svoji finanční gramotnost jako průměrnou, dalších 19 % pak jako nadprůměrnou. Realita však ukazuje něco jiného. Podle průzkumu Indexu prosperity a finančního zdraví Čechů se s nízkou úrovní finanční gramotnosti potýká třetina produktivní populace. Platí to častěji pro ženy, lidi s nižším vzděláním a příjmy. O své finanční situaci se Češi nejvíce radí se svými partnery, finančními poradci a bankéři.



Monika Hrubá

Hlubší analýza dat ukazuje, že finanční gramotnost roste s vyšším vzděláním a vyšším příjmem. „To je poměrně očekávatelný výsledek. Zarážející je však výrazně nižší finanční gramotnost žen. Ta souvisí s velkými genderovými rozdíly, jež v Česku stále přetrvávají. V celoevropském hodnocení rovnosti žen a mužů Gender Equality Index se Česko v roce 2023 umístilo na poměrně tristním 25. místě mezi zeměmi EU. V indexu jsme nejhůře hodnoceni v oblasti ‚moc‘, která zahrnuje podíl žen na ekonomickém a sociálním rozhodování. Zjištění, že muži častěji nejen deklarují větší přehled

ve finančních záležitostech, ale i odpovídají správně na položené otázky, potvrzuje tyto nerovnosti a naznačuje prostor pro zlepšení v této oblasti,“ komentovala Kamila Fialová ze Sociologického ústavu Akademie věd ČR. Například pouze čtvrtina žen (oproti 46 % mužů) odpověděla správně na otázku, jestli investice prostřednictvím akciového fondu poskytuje bezpečnější výnos než nákup akcií jedné společnosti. „Stejně tak méně žen dokázalo správně vyhodnotit, že pokud inflace překoná úrokovou sazbu na jejich spořicí účet, tak budou reálně ztrácet peníze. Naopak nejmenší problém činila

ženám otázka, jak funguje úročení na spořicí účet, přesto na tuto otázku odpovědělo správně pouze 63 % žen, což je zhruba o deset procentních bodů méně než u mužů,“ vysvětlil Milan Mařík z projektu Evropa v datech. Aby nabraly ženy lepší skóre, mohou na českém trhu vystopovat nejrůznější aktivity. Snaží se fondy, poradenské firmy, bankovní domy. České spořitelně se to daří, což dokládá řada čísel i odpovědi Moniky Hrubé, šéfka strategie finančního zdraví v České spořitelně:

Zdá se, že investování žen se v hledáčku pozornosti mnohých společností nachází na významném místě. Proč se o ženský pohled na věc nyní tolik zajímají?

Investování vnímáme jako jednu z nevhodnějších cest pro tvorbu dlouhodobé finanční rezervy na stáří, zároveň jako způsob, jak o nejlépe ochránit reálnou kupní sílu svých úspor. To platí jak pro muže, tak i ženy nebo společnou domácnost. Zájem o investice v poslední době stoupá, výrazně se navyšuje počet mladých klientů, a rozšiřují se i důvody, proč a jak klienti investovat chtějí. Mnohem více chtějí aktivně investovat i sami, mnohem více se zajímají o to, kam investují. A právě v tom zvyšujícím se počtu investorů je důležité rozumět motivacím a potřebám jednotlivých skupin. Ženy jsou jedny z nich.

Mají odlišný přístup k zacházení s finančními prostředky než muži?

Obecně lze říci, že ženy jsou více rozvážnější a opatrnější, nedělají impulzivní rozhodnutí, jdou do menšího rizika. Volí spíše dlouhodobé investiční strategie a přemýšlejí o složení svých portfolií – více než muži investují do oblastí s pozitivním dopadem na společnost, planetu. Častěji než muži mají také promyšlený dlouhodobý plán svých investic a jejich předání další generaci. Ale současně jsou k sobě více kritické než muži. Z průzkumu Asociace pro kapitálový trh ČR například vyplynulo, že zatímco 8 % mužů se cítí být zkušenými investory, totéž o sobě tvrdí pouze 1 % žen.

Stejná situace platí také u pravidelného investování, opět je více pravidelných investorek než mužů investorů, a to v poměru 47 % mužů vs. 53 % žen investorek.

Ale stále nejsou ženy takovými nadšenci, aby se o investorkách hovořilo jako o novodobém fenoménu...

Často se zmiňuje, že ženy investují oproti mužům méně. Ale pokud se podíváme na zastoupení mužů a žen u nás v České spořitelně, tak máme více investorek než investorů (54 % ženy vs. 46 % muži). Poměr se v letech 2020 až 2023 nijak výrazněji neměnil a ženy dlouhodobě investují mírně více (osciluje mezi 53 % až 54 %). Co se týká investičních strategií, pak u jednorázových investic jsou dynamičtější muži, vezme-li kategorii dynamických aktiv (akcie + akciové fondy), převažují v 58 % muži oproti 42 % žen. Naopak u konzervativních nástrojů (tedy v kategoriích smíšené fondy + dluhopisové fondy + dluhopisy + prémiové vklady + struktury) mají mírně navrch ženy: 52 % oproti 48 % v případě mužů. Stejná situace platí také u pravidelného investování, opět je více pravidelných investorek než mužů investorů, a to v poměru 47 % mužů vs. 53 % žen investorek. A jako u jednorázových investic platí rovněž u pravidelných investic, že muži jsou dynamičtější investoři než ženy – měřeno pohledem na akciové fondy – zhruba 55 % vs. 45 % žen.

Schází něžnému pohlaví vzdělání, motivace, adrenalin finančního světa?

Více než s dosaženým vzděláním je pro ně určitou bariérou otázka sebevědomí, ale i zodpovědnosti. Ženy jsou v řadě oblastí daleko zodpovědnější než muži a mají potřebu „být perfektní“ a nedělat chyby. Zároveň z našich dat víme, že v rodinách často právě ženy drží kontrolu nad rodinným rozpočtem a starají se o běžné výdaje celé domácnosti, ale právě muži rozhodují o investicích.

Co signalizují čísla České spořitelny? Roste množství těch, které vstupují do světa fondů, akcií, dividend, dluhopisů? Stoupá poptávka po produktech, jež zaručují zhodnocení financí?

Celkově mezi našimi klienty sledujeme dlouhodobě rostoucí zájem o investování. Jen za poslední rok (od května 2023 do května 2024) narostl počet těch, kteří investují, téměř o 10 %. Řada klientů navíc investuje prostřednictvím pravidelných měsíčních částek, což jednak zvyšuje investiční disciplínu, ale také snižuje riziko špatného načasování.

Jak přiblížit rozumné zacházení s penězi mladé generaci žen, těch, které teprve vstupují do světa zkušených a moudrých? Třeba těch, které začínají stavět svoji kariéru, zakládají firmu, přebírají manažerské posty?

Naše doporučení je určité o financích hovořit, ať už v rodině, s přáteli, nebo ideálně se svým finančním poradcem/bankérem. Zajímat se o to, jak hospodařit, tvořit si krátkodobou a dlouhodobou rezervu, jak spořit na stáří

apod. Důležitou roli hraje finanční gramotnost, resp. orientace ve světě financí. Schopnost porozumět, co se pod jednotlivými pojmy schovává. Bohužel z našeho nedávného průzkumu vyšlo, že ačkoliv zhruba 70 % Čechů na základní úrovni rozumí tomu, co se v praxi skrývá za pojmy jako inflace či úročení, u složitějších pojmů začínají tápat. To platí

Obecně lze říci, že ženy jsou více rozvážnější a opatrnější, nedělají impulzivní rozhodnutí, jdou do menšího rizika. Volí spíše dlouhodobé investiční strategie a přemýšlejí o složení svých portfolií – více než muži investují do oblastí s pozitivním dopadem na společnost, planetu. Častěji než muži mají také promyšlený dlouhodobý plán svých investic a jejich předání další generaci.

zejména pro investování, jen třetina Čechů například ví, jaký je rozdíl mezi nákupem akcie a podílu v akciovém fondu z hlediska bezpečnosti investice. Celkově se pak s nízkou úrovní finanční gramotnosti potýká třetina produktivní populace. Platí to zejména pro ženy a lidi s nižším vzděláním a příjmy. Ve výsledku tak mohou být tyto lidé zranitelnější i vůči online bankovním podvodům.

A kterak nabídnout tuto „zábavu“ dámám, jež si své již odpracovaly, mají něco naspořeno, a rády by si nyní užívaly své zasloužené peníze?

Zde je důležitý pohled na to, jak velkou finanční rezervu máme. Obecně radíme klientům investovat, aby měli rezervu na stáří. Investování bereme jako zhodnocení peněz v delším časovém horizontu. Pokud se klient rozhodne investovat v období života, kdy již není v produktivním věku, doporučujeme se vždy o jednotlivých možnostech poradit s finančním bankérem.

Mohly by také babičky učít vhodně využívat penízky své vnučky a vnoučky, co říkáte? Co se v mládí naučíš, ve stáří jako když najdeš, to platí asi stále, byť se svět vyvíjí překotně a dynamicky.

Určitě, právě pro nejmladší klientelu máme řadu bankovních produktů, která jak děti, tak rodiče učí lépe hospodařit. Příkladem může být dětský běžný účet a spořicí účet, zároveň přístup do mobilního bankovníctví, kde se mohou děti seznamovat se světem financí a naleznou zde průvodce a zajímavosti z tohoto oboru. Shodou okolností jsme v těchto dnech připravili upravenou verzi bankovníctví George pro děti v novém vzhledu. Je jednodušší, přehlednější a učí je hospodařit. Česká spořitelna zároveň umožňuje rodičům

plnou kontrolu nad tím, jak děti s financemi nakládají.

Kdy jste vy sama začala investovat? Přiměl vás k tomu nějaký příběh, neobvyklý podnět, náhoda? Nebo to bylo cílené rozhodnutí ženy stojící pevně nohama na zemi?

Začala jsem v okamžiku, kdy jsem si uvědomila, že si pravidelně tvořím finanční rezervu, která by mi v případě výpadku pravidelného příjmu stačila na minimálně půl roku. Právě to je jedna z našich klíčových rad, kterou klientům dávám. Odkládat si pravidelně finance stranou a tvořit si finanční rezervu alespoň na několik měsíců dopředu. Jako banka jim k tomu nabízíme řadu nástrojů, které najdou v Georgi. A určitě doporučuji si to vyzkoušet – je to jednodušší, než si myslíte, pomůžeme vám s navigací a začít můžete s pravidelnou částkou-investicí klidně jen v řádu stokorun.

A učinila jste určitou zkušenost, kterou byste ráda přiblížila ostatním?

Rozhodně se nebát o financích hovořit. Bavit se o tom, jak si spoří/tvoří finanční rezervu vaši známí, přátelé a kamarádi. Zároveň se o těchto tématech pravidelně bavit se svým finančním poradcem či bankérem a využívat bankovní aplikaci, která vám s orientací ve světě financí pomůže. Důležité je také se zajímat o výhody a benefity, které nabízí váš zaměstnavatel, ať je to možnost investovat do zaměstnaneckých akcií, nebo získat příspěvek zaměstnavatele na penzijní spoření.

za odpovědi poděkovala Eva Brixio





Prázdninové léto je tady

Letní měsíce ponoukají k tomu, abychom stihli vše, co se nám od ledna nepodařilo. Dny jsou dlouhé, spát chodíme později, protože se nám nechce. Hodláme si užít plných dní se vším všudy, co k teple patří, ať už musíme do práce, nebo lelkujeme na dovolené. Blahodárné koupání, rekreace v lázních, na zahradě u chalupy. Do kanceláře se nám taky chodí veseleji. Vyrážíme na ryby a na houby. Zavařujeme ostošest, i když letos nebude zrovna rok hojnosti. Ale rajčata, okurky, papriky a cukety určitě vyrostou. Leča, kečupy, pečená zelenina naplní naše sklepy a mrazáky. Konečně si dočteme detektivku a vyrazíme na koncert pod širým nebem.

Eva Brixi, šéfredaktorka



Tip Grady

Finanční jednohubky Michal Skořepa



Je bydlení v nájmu vyhazováním peněz z okna? K čemu je nám bitcoin? Zaslouží si OSVČ daňové výhody? Jaká jsou tři základní pravidla správného zacházení s penězi? V ruce držíte knížku s odpověďmi na otázky, které občas napadnou každého z nás. Autor se zaměřil na úspory a útraty. Nabízí svůj pohled na věc, ale současně dává čtenářům dost informací na to, aby si udělali svůj vlastní názor na svět osobních financí.

partneři www.madambusiness.cz

hlavní partner:



partneři:



Prosperita Madam Business

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 18, červenec 2024

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

Šéfredaktorka:

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

Redakční tým:

Bc. Kateřina Šimková, Dana Halušková

Šéfredaktor www.madambusiness.cz:

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

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

Tisk: Triangl, a.s., www.trianglprint.cz **TRIANGL print**

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

Placené textové materiály jsou označené grafickým symbolem ■■■

www.madambusiness.cz

Internetový marketing: Media Know, www.mediaknow.net

Nenechte si ujít novinky na blogu intuitiveidiary.com naší redaktorky Kateřiny Šimkové a příspěvky Evy Brixi v záložce Stará blogerka.

Na www.madambusiness.cz se zaposlouchejte do podcastů o rovnováze těla a duše Na vlnách krásy GERnétic.



Pomáhá vám umění v osobním či profesním životě?

Jana Brodani
Asociace pro kapitálový trh
České republiky
výkonná ředitelka

Umění je přirozenou součástí mého života. Mně nejvíce pomáhá vypnout tu analytickou část mozku, kterou používám nejčastěji, a zapojuje kreativní část. Což mi, ačkoliv to nemusí být na první pohled jasné, umožňuje zase lépe a z jiného pohledu řešit ty analytické úkoly. Takže umění pro mě spojuje příjemné s užitečným, ať jde o hudbu, divadlo, nebo knížky. A je úplně jedno, zda je ve formě punku, nebo klasického baletu...



Co by prospělo ženám v budování kariéry?

Radek Sajvera
RAPETO a.s.
majitel a předseda představenstva

Pochopení a podpora rodiny – je obtížné, aby muž i žena budovali se stejným nasazením své kariéry. Podpora a flexibilita v zaměstnání, především v období mateřství.



Informace do kabelky

Aktivuje vůni při pohybu

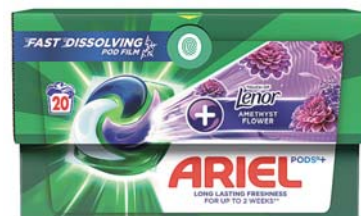
Vůně čerstvě vypraného

prádla vzbuzuje pozitivní emoce a je velice důležitým indikátorem v posuzování čistoty prádla. Proto se Ariel spojil se značkou Lenor, aby v nové produktové řadě Ariel Touch of Lenor poskytl maximální účinnost pracího prostředku a zároveň dlouhotrvající vůni svěžesti.

Jak nedávný průzkum ukázal, svěží vůně je jedním z nejdůležitějších indikátorů, podle kterého spotřebitelé posuzují čistotu prádla. Proto se Ariel spojil se značkou aviváží Lenor a vytvořil novou produktovou řadu Ariel Touch of Lenor, která spojuje vysokou účinnost pracího prostředku s oblíbenými vůněmi Lenor. Speciální technologie Touch-Activated Freshness System aktivuje vůni při každém pohybu a umocňuje tak požitek ze svěžesti po dlouhou dobu.

Složení výrobku zajišťuje vynikající čištění při nízkých teplotách a kratších pracích cyklech, což vede k úspoře energie a CO₂ až o 75 %. Prací gely a kapsle Ariel Touch of Lenor účinně odstraňují nečistoty již při 30 °C. Češi upřednostňují podle průzkumu praní prádla v chladnější vodě v 50 % případů. Jen o trochu častěji volí kratší prací cyklus, který kromě úspory elektřiny snižuje i spotřebu vody.

Kapsle Ariel Touch of Lenor PODS mají rychle se rozpouštějící povlak s technologií TurboBoost pro lepší odstranění skvrn. Krátké praní ve studené vodě nejen že eliminuje spotřebu vody a elektřiny, čímž přispívá k úsporám v rodinném rozpočtu, ale také zajišťuje prádlo delší životnost a snižuje vyblednutí barev. Kromě toho je 80 % organických složek pracího prostředku biologicky rozložitelných a obal je stoprocentně recyklovatelný.



(tz)

Zkušenost s investováním má pouze polovina českých žen

Zatímco 70 % českých mužů má zkušenosti s investováním, u žen jde pouze o polovinu populace. Muži přistupují k investicím aktivněji a s vidinou vyššího zisku jsou ochotni podstoupit větší riziko. Ženy naopak upřednostňují bezpečnější investice a častěji vyhledávají radu finančních poradců. Vyplývá to z průzkumu **Jak Češi investují?**, který si nechala prostřednictvím platformy Instant Research zpracovat investiční platforma InvestBay.

V době, kdy centrální banka snižuje základní úrokovou sazbu, roste poptávka po investičních aktivech. Přístup k nim a jejich správa se u mužů a žen v mnohém liší, zároveň ale nacházíme postoje, které v tomto směru obě pohlaví spojují. Patří mezi ně společné nahlížení na nemovitosti. Ty jako spíše bezpečné a atraktivní investice označilo více než 60 % žen i mužů.

„Ze všech nabízených forem investic označili Češi nejvyšší bodovou hodnotou stran bezpečnosti a atraktivity právě nemovitosti. Nicméně stejně tak spatřují problém v tom, že na tyto investice nemají dostatek vlastních financí – jde o bariéru, která je limitující pro 72 % respondentů,“ komentoval zakladatel a CEO investiční platformy InvestBay Daniel Rajnoch.

Rozdíl jsou i v představách o portfoliu

Jednou měsíčně investuje zhruba třetina mužů a pětina žen v České republice. Za spíše neatraktivní a nebezpečnou investici označili ženy i muži shodně kryptoměny. Zatímco muži klidně i zariskují, nese-li s sebou větší riziko pravděpodobnost vyššího výnosu (20,7 % mužů vs. 7,5 % žen), dámy přistoupí ve vícero případech na nižší výnos s menším rizikem (37,9 % žen vs. 25,1 % mužů). Přes 40 % dotázaných žen také uvedlo, že k investování potřebují služby finančního poradce, mužů bylo skoro o 10 % méně. S tím souvisí otázka týkající se správně nastaveného investičního portfolia: 36 % mužů si myslí, že ví, jak by vhodně diverzifikované portfolio mělo vypadat. Ženy si to myslí jen ve 22 % případů.

O InvestBay:

InvestBay je česká online platforma umožňující investovat do rekreačních nemovitostí v zahraničí i tuzemsku. Využívá konceptu crowdfundingu, neboli spoluvlastnění nemovitostí. Jde o investiční model, který umožňuje jednotlivcům investovat do nemovitostí společně s ostatními. Na jedné investiční příležitosti se tak podílejí desítky až stovky mikroinvestorů, kteří mohou začít investovat již od částky 2500 Kč. Investoři si pak mohou užívat nejen dvojího zhodnocení svých investic, ale také si apartmány za zvýhodněných podmínek pronajímat.

Bez ohledu na informační nebo finanční kapitál

Z průzkumu také vyplývá, že ve srovnání s muži brání ženám v investování nedostatek informací a strach ze ztráty peněz.



V takovém případě mohou být ideálním řešením tzv. mikroinvestice. „Mikroinvestice umožňují i drobným investorům bezpečně a výhodně zhodnocovat volné prostředky. Nabízí stabilitu a dostupnost bez nutnosti velkých finančních vkladů. Investoři mohou začít s částkami v řádu tisíců korun a postupně si svůj podíl navyšovat,“ vysvětlil Daniel Rajnoch.

Ideální variantou jsou pak mikroinvestice do nemovitostí. Oproti akciím nebo kryptoměnám hodnota nemovitostí v čase výrazněji nekolísá a je odolnější vůči krátkodobým prudkým výkyvům na trzích.

„Samozřejmě to neplatí u všech nemovitostí. Je potřeba zohlednit faktory, jako je například lokalita, potenciál využití nebo následná správa objektu, a vybrat správnou kombinaci těchto prvků. Kromě zvyšování kapitálové hodnoty nemovitostí je však výhodou i samotný příjem z pronájmu. Navíc mikroinvestice do nemovitostí nevyžadují zvláštní odbornost, znalosti nebo nutnost věnovat jim přemíru času,“ uzavřel Daniel Rajnoch. (tz)

Stylistka je takový stylový terapeut

Svým vzhledem komunikujeme se světem. V businessu jsou tyto signály důležité. Je to nejen určitá forma reprezentace osobní značky a instituce, ale často také vyjednávací strategie. Lenka Zelenohorská, stylistka a spolumajitelka concept storeu INDIVINE, považuje vytváření image za psychologickou záležitost. Jak v rozhovoru říká, je to doslova věc sebepoznání.



Lenka Zelenohorská

foto Greta Konečná Blumajerová

Patří mezi vaše klienty lidé z businessu i celé firmy? Co vše dokážete těmto dvěma skupinám nabídnout?

Ano, patří. Koncept INDIVINE je sice zaměřený na potřeby žen, ale jako stylistka poskytuji poradenství i mužům. Na individuálních konzultacích s klientkami a klienty řešíme často profesní image a to, aby byla v souladu s jejich postavením, a jejich styl přitom zůstal autentický. Zabýváme se společně jejich současným šatníkem. Nové možnosti mu dokážu vdechnout pomocí fungujících a neotřelých kombinací a doplněním těch správných kousků. To je základ při tvorbě kvalitního a stabilního šatníku, který bude reflektovat potřeby profesního a společenského života daného člověka. Dále se oběma skupinám věnuji v rámci společných nákupů, kdy vybíráme z nabídky obchodů to nejvhodnější. S firmami spolupracuji obvykle dvěma způsoby. Řada organizací mne vyhledá proto, abych pro ně vytvořila nebo pozměnila firemní image. Například týmy prodejců z pojišťoven a bankovních institucí potřebují správně reprezentovat svoji společnost. Jsou zpravidla první, koho klient vidí. Od toho se odvíjí firemní kodex, jehož součástí je i návod, jak být správně oblečení. A druhým typem zakázek jsou eventy pro zaměstnance nebo spolupra-

covníky firem, kdy chce společnost svým hostům, zde zejména ženám, dát nějaký praktický benefit. Buď je to kredit na nákup v mém obchodě INDIVINE nebo workshop o tom, jak najít svůj styl, případně příjemný nákupní den či večer, při kterém se ženy pobaví a něco nového se dovědí.

V čem nejčastěji klienti z podnikatelské a manažerské sféry tápou, když jde o celkové ladění image?

Za 18 let, co se věnuji profesi stylistky, prošly mámi rukama desítky manažerek, obchodních zástupkyň, ředitelk a majitelů firem, ale i řadových zaměstnanců. Ta práce je velmi podobná s jedním zásadním rozdílem, a to je osobnost každého člověka. Tím je rozmanitá a zábavná. Nejčastěji tedy tito klienti tápou, kým opravdu jsou, jaký styl a jaký vkusný oděv by jim nejvíce lichočil. Vzhled musí být také v souladu s jejich postavením, a to je další bod, který spolu rozebíráme. Svou image musí totiž jasně komunikovat profesionalitu, kompetenci a zároveň autenti-

Klíčová je důvěra. Z toho také pak vyplývá přednost nákupů v INDIVINE nebo se stylistkou. Oblečení, které si koupíte, budete také nosit! Nebude vám viset ve skříni.

tu. Proto je už mnoho let mým motto: „Poznej se. Obleč se.“

V kterých momentech života či kariéry vás vyhledávají nejčastěji?

Tady bych nejprve chtěla pochválit a podpořit každého jednotlivce, který se vůbec nad potřebou změnit styl zamýšlí. Často je totiž oslovení stylistky i větší odvaha. Vždy si toho velmi vážím, protože vím, že pro mnohé je to doslova intimní záležitost, pro ženy obzvlášť. Ale zaručuji vám, že vím, jak s tím vším pracovat a zbavit vás ostychu. Tato rozhodnutí se obvykle dělají, když se začne firmě dařit a majitelé nebo ředitelé chtějí k tomuto úspěchu doladit i svoji image. To stejné platí i při povýšení nebo změně pozice v zaměstnání. U žen mezi tyto zásadní momenty v životě patří nástup do zaměstnání po mateřské dovolené, kdy se móda i ony samy změnila a potřebují tomu přizpůsobit svůj styl. Také přicházejí ženy, které dozrají do určitého věku a necítí se již dobře ve věcech, které byly zvyklé nosit. Potřebují šatník osvěžit a dodat mu mladistvější nádech. Těch momentů je celá řada a stačí si jen zavzpomínat, že prostě jen tak pocítujete potřebu změny.

Co je při utváření jejich vlastního stylu nej důležitější?

Dva faktory. Osobnost a volba správné stylistky. Klient i já bychom společně měli rezonovat a důvěřovat si. Pak už jde všechno snadno. Jakmile ucítíte, že vás stylistka už při rozhovoru směřuje někam, kde vám není příjemně, tak to není dobrý signál. Vy jste vždy pro sebe hlavní autorita a dobrá stylistka ve vás dokáže číst, vnímat další souvislosti a váš styl uchopit a dobře ho vyjádřit v oblečení. Zkrátka opět platí krédo: „Poznej se. Obleč se.“

Jak zajistit, aby fungoval dlouhodobě?

Styl a vy se v esenciální podstatě neměníte. Avšak životní styl a potřeby se v čase mění, proto šatník dlouhodobě fungovat bez úpravy nemůže. Já jsem byla jiná ve dvaceti, jiná jsem nyní a v šedesáti bude moje osobnost opět jiná. Dají se ale samozřejmě objevit rysy, které stabilně přetrvávají. A sem se řadí i pochopení vlastního stylu z koncepní stránky. Odráží se od toho, jací jste a jak to můžete vyjadřovat pomocí odívání. Učím ženy i muže základní vizuální komunikační jazyk, aby se dokázali dobře obléknout pro každou příležitost, v souladu se svou nála-



foto archiv INDIVINE

dou, hodnotami, situačními strategiemi, a zároveň aby dovedli jednotlivé kousky a prvky šatníku kombinovat. Je to tedy dlouhodobější proces, který funguje po celý život, je-li správně uchopen.

Nakolik je tato disciplína o psychologii?

Když jsem jako jedna z prvních v Česku v tomto oboru začínala, tak jsem se držela zejména svého talentu a intuice. Rychle jsem zjistila, že problémy a argumenty klientů se velmi často opakují. Dnes vlastně neslyším argument, který bych už neznala. Naučila jsem se zvládat a chápat to, s čím v sobě klient bojuje, jaké má potřeby a trápení. Psychologie je nedílnou součástí mé práce, vždy mě tento obor zajímal. Když jsem na vysoké škole studovala obor vzdělávání dospělých, tak jsme se psychologií hodně věnovali. Zároveň vnímám kolektivní témata žen obecně i žen přímo v České republice. Tato paradigmatu a psychologické koncepty se opakují a umím s nimi pracovat. Takže jsem takový stylový terapeut.

Koncem roku 2022 jste otevřela concept store s názvem INDIVINE. Co vás k tomu motivovalo?

Nedařilo se mi objevit žádný obchod, ve kterém bych našla krásné oblečení, který by měl ženské prostředí, příjemný a vyškolený personál, prostorné a přívětivé kabinky. A na scéně scházela i celá řada dalších detailů, protože dobrý a kvalitní nákup není jen tak. Jako stylistka vím, že maličkosti rozhodují. Také s klientkami jsme cítily, že nabídka obchodů u nás je značně omezená a chybí nám na trhu chic kousky za přijatelné ceny. Já jsem již několik let vlastnila privátní butik, kam jsem do-

vážela dámskou módu z Itálie, kterou si tam osobně vybírám dodnes. Klientkám se oblečení velmi líbilo, a tak jsem ho chtěla nabídnout i dalším ženám. Proto jsme vytvořily spolu s obchodním partnerem Martinem Vaňkem a designéry náš jedinečný koncept INDIVINE.

Má název nějakou speciální symboliku?

INDIVINE se opět, jako celý koncept, vtaňuje k ženě. Jako ke smyslné, autentické bytosti. Individivita vyjadřuje individualitu, sebeúctu, soběstačnost a divine je božský. Najdeme zde i odkaz na slovo diva čili ženu bohyni. Tento tanec slov, která se různě propojují, souzní s myšlenkou konceptu, aby se ženy u nás cítily jako bohyně a vyjádřily svou jedinečnost.

V čem je váš přístup v INDIVINE unikátní? Přinášíte zákazníkům nový rozměr nakupování?

Abyste si žena mohla nákupy užít, potřebuje klidné a podporující prostředí. Nákupní centra a obchody jsou přeplněné vizuálními vjemy a zvuky. Je tu většinou nepříjemné světlo, spousta oblečení a žádná profesionální obsluha, která by vás alespoň trochu nasměrovala. A celé to završuje nepříjemné prostředí v převlékacích kabinách. Když se tam svléknete, většinou vidíte v zrcadlech svůj odraz z 50 cm a na sebevědomí to nepřidá. Takové prostředí každého odvádí od sebe sama, necítíte se, a následně si nedokážete dobře vybrat. V INDIVINE disponujeme vzdušným a elegantním interiérem, kde si zákaznice mohou v klidu oblečení prohlédnout a kde mohou zapomenout na každodenní ruch a ponořit se do příjemného světa módy. Pohodovou atmosféru v butiku dotváří hudba, vhodné osvětlení,

jemné materiály a kvalitní koberce. Naše prostorné kabinky jsou koncipovány jako intimní ženský budoár. V takovém prostředí se můžete cítit komfortně a opečovávaně. Nákupy by měly být příjemným zážitkem plným radosti, nikoliv stresu.

Kdo je zákaznicím k dispozici během jejich návštěvy?

U nás se ženy setkávají se stylistkami/prodáváčkami, které s nimi budují osobnější vztah. Pomáháme každému vybrat oblečení, které nejenom lichotí postavě, ale zároveň se v něm cítí klientka pohodlně. Prostor INDIVINE je navržen tak, aby zákaznice mohly relaxovat, začít si hrát, zkoumat a tříbit svůj styl. Odnášíte si oblečení, ve kterém se budou cítit skvěle i po delším čase.

Jsou úspora času a citlivost „proměny“ hlavními důvody, proč vás klienti vyhledávají?

Klíčová je důvěra. Z toho také pak vyplývá přednost nákupů v INDIVINE nebo se stylistkou. Oblečení, které si koupíte, budete také nosit! Nebude vám viset ve skříni. U nás v obchodě se stává, že klientkám dokonce v mnoha případech nedoporučíme, aby si některý kousek pořizovaly. Dáváme přednost dlouhodobé práci a ladění stylu, a jsme šťastné, že se k nám i proto vrací. A úspory času si ženy také cení, mnoho z nich nemůže tradiční obíhání obchodních center vystát. U nás kombinujeme celé outfity, které si zákaznice i nafotí a doma pak nemusí přemýšlet, co si vzít na sebe. Řešení má po ruce.

za rozhovor poděkovala Kateřina Šimková

Čtenářky Madam Business se mohou v INDIVINE exkluzivně obléci do konce září 2024 se slevou 20 %.

Stačí vyrazit na nákupy s tímto výtiskem. Platí na veškeré nezlevněné zboží.

Concept store INDIVINE najdete na adrese Havlíčkova 11, Praha 1.



kresba Pixabay

Podnikání je pro ženy často jen záložní plán

Problematické skloubení rodinného a pracovního života odrazuje ženy v Česku od založení vlastního podnikání. Větší množství žen podnikatelek by přitom pomohlo zlepšit kondici české ekonomiky. Vyplývá to z výsledků průzkumu Barometr: Touha prosperovat – část 2: České mikro a malé podniky v roce 2023. Průzkum vznikl v rámci programu na podporu podnikání Mastercard Strive Česko, ze společné iniciativy Centra pro inkluzivní růst společnosti Mastercard a neziskové organizace CARE Česká republika.

Z průzkumu vyplývá, že se výrazně liší okolnosti, za kterých do podnikání vstupují ženy a muži. Celou polovinu podniků vedených muži jejich majitelé založili před třicátým rokem života. Na 30 % mužů dokonce uvádí, že začalo podnikat už během studia nebo vzápětí po jeho dokončení.

V kontrastu s tím byla téměř polovina podniků vedených ženami založená, až když bylo majitelce mezi 31 a 45 lety. Ženy totiž do podnikání často vstupují až po rodičovské dovolené. Během ní nebo těsně po jejím skončení svou živnost založí téměř čtvrtina podnikatelek. K rozhodnutí založit firmu je zpravidla dovedou obtíže spojené se sladěním zaměstnání a péče o děti. Chybí například dostatečně flexibilní pracovní úvazky.

„Průzkum ukazuje poměrně zásadní rozdíly v motivaci k rozhodnutí podnikat mezi muži a ženami. Ženy k podnikání oproti mužům přistupují zdrženlivěji a relativně časté u nich je, že tuto cestu zvolí až ve chvíli, kdy jim nezbyvá moc jiných možností. Jako ilustrace skvěle slouží právě návrat z mateřské či rodičovské dovolené. Podnikání je pro ženu často nástrojem, jak se stát nezávislou na ostatních a lépe si řídit svůj čas,“ vysvětlila Katarína Klamková, ředitelka neziskové organizace CARE Česká re-

publika, která se svými partnery aktuálně pracuje na přípravě platformy Pro podnikavé. Ta má pomoci mikro a malým podnikatelům s výzvami, které jejich podnikání přináší.

Práce i rodina

Pro podnikatelky i podnikatele je velkým tématem také skloubení pracovního a soukromého života. Důležité je to pro více než dvě

třetiny podnikatelek (70 %), což je výrazně více než v případě mužů (56 %). Data ukazují, že i když se české ženy po mateřské či rodičovské dovolené vrátí do práce, věnují péči o děti a domácnost až dvakrát více času než muži, celkově více než pět hodin denně.

Možnost přizpůsobit si pracovní program ostatním závazkům je tak pro většinu podnikatelek-matek či žen pečujících například o starší rodiče – zcela zásadní.

Problémy se zachováním optimální rovnováhy mezi pracovním a soukromým životem ostatně ženy označily za jednu z hlavních překážek při startu podnikání. I kvůli vyšší nezávislosti a časové flexibilitě se tak ženy navzdory vyššímu tlaku, rizikům a nižší finanční odolnosti mnohem častěji rozhodují podnikat samostatně. Tuto formu podnikání volí hned 64 % žen,



foto Katarína Šimková

U nás vydělávají o 28 % méně než muži

Internetový portál Platy.cz, který se specializuje na srovnávání výše mezd a platů napříč segmenty, profesemi a pracovními pozicemi, připravil analýzu na téma Jaké jsou aktuální rozdíly v platech mužů a žen. Ženy v České republice vydělávají v průměru o 28 % méně než muži. Největší rozdíly jsou v Praze, nejmenší pak na Vysočině. V mezinárodním srovnání jsme na tom podobně jako na Slovensku, ale lépe než v Polsku, kde je rozdíl 36 %.

Celkové průměrné měsíční ohodnocení, včetně odměn či 13. platu, je podle dat portálu Platy.cz v České republice v případě mužů 61 256 Kč, u žen pak necelých 44 259 Kč. To představuje v průměru o 28 % méně. Z analýzy také vyplynulo, že rozdíl v platovém ohodnocení se zvětšuje spolu s počtem odpracovaných let. V případě praxe do jednoho roku vydělávají ženy v ČR měsíčně v průměru o 20 % méně. Když už mají pracovní zkušenosti v rozmezí 6–10 let, hovoříme o 30% rozdílu, který v praxi činí více než 20 000 Kč. Největší rozdíly v platech mezi muži a ženami je v Praze, následuje Jihočeský kraj a Jihomoravský kraj. Naopak nejmenší rozdíly jsou na Vysočině.

Celkový průměrný plat

ženy	44 259 Kč
muži	61 256 Kč
rozdíl	28 %

Rozdíl v průměrném platu mužů a žen podle let praxe

méně než 1 rok	10 242 Kč
1–2 roky	11 681 Kč
3–5 let	15 485 Kč
6–10 let	20 009 Kč
více než 10 let	20 638 Kč

Rozdíl v platech mužů a žen v evropských zemích

Slovensko	12,6 %
Chorvatsko	15,8 %
Estonsko	16,8 %
Maďarsko	19,7 %
Litva	20,8 %
Lotyšsko	23,0 %
Slovensko	24,6 %
Polsko	36,0 %

v případě mužů je to přitom necelá polovina. „Na číslech je patrné, že ženy mnohdy tyto profesní překážky vůbec nepovažují za něco, co by mohlo být nastavené jinak a co by se mělo změnit. Ačkoliv ženám svoboda a flexibilita samostatného podnikání v mnoha ohledech usnadňuje organizaci času, nejde bohužel o samospásné řešení. Nerovnováha rolí v domácnosti často brzdí rozvoj podniků řízených ženami, které po pracovním dni čeká další práce doma a na budování společnosti už jim nakonec prostě nezbyvají síly,“ řekla Lucie Mairychová, provozní ředitelka neziskové organizace Czechitas.

Bez podpory to nejde

Ženám podle průzkumu při podnikání chybí podpora okolí. Od své rodiny ji cítí jen pětina podnikatelek. V případě mužů jsou to tři pětiny podnikatelů, kteří tvrdí, že se o svou rodinu mohou opřít. Podnikatelky ani podnikatelé zároveň nemají čas ani na vzdělávání a rozvíjení svých schopností nad rámec pracovních povinností.

„Výsledky průzkumu potvrzují naše dlouhodobé zkušenosti, že se malí podnikatelé potřebojí primárně věnovat svému podnikání – ať už je to truhlářina, nebo provoz kavárny – a na sledování trendů nebo další vzdělávání jim nezbyvá energie a čas. Přesně to je role iniciativy Strive Czechia, v rámci které nabízíme malým firmám přístup k podpoře a zdrojům, které jim umožní prosperovat v moderní době. Jsme velmi rádi, že spolu s našimi partnery můžeme přispívat k digitalizaci a úspěšnému fungování mikro a malých podniků po celé zemi,“ sdělila generální ředitelka společnosti Mastercard pro Českou republiku a Slovensko Jana Lvová.

Mladé podnikatelky nastartují českou ekonomiku

Větší množství podnikatelek by mělo výrazný pozitivní dopad na českou ekonomiku, a mimo jiné by to pomohlo státní pokladně. Data OECD ukazují, že v české ekonomice nejvíce chybějí ženy-podnikatelky, konkrétně ve věkovém rozmezí mezi 20 a 29 lety. Úplné odstranění rozdílů mezi českými muži a ženami na pracovištích by podle výzkumu mohlo do roku 2030 zvýšit tuzemské HDP až o 20 miliard eur, tedy přibližně 500 miliard českých korun. „Mikro a malé firmy v české ekonomice zastávají nezastupitelnou roli. Je proto v zájmu nás všech, aby se mezi nimi objevovalo stále více žen, které budou moci rozvíjet svůj potenciál, a tím přispívat k tomu, abychom se v Česku měli dobře. Z toho důvodu se snažíme zajistit, aby byl vstup do podnikání pro mladé ženy, ale samozřejmě i pro všechny ostatní, co nejsnazší. Toho docílíme jednak odstraňováním překážek, které aspirujícím podnikatelům stojí v cestě, a zároveň také podporou nástrojů, jako je platforma Pro podnikavé, které jim v této cestě pomohou,“ uvedla Eva Svobodová, členka představenstva a generální ředitelka Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR. (tz)



Jedním z důvodů mzdové nerovnováhy je i to, že ženy u nás často pracují v oblastech, kde jsou nižší platy. Mnohem častěji než muži působí například ve školství či administrativě, které patří na základě dat portálu Platy.cz mezi deset nejhůře placených oblastí. Převaha žen je také ve zdravotnictví a v sektoru lidských zdrojů.

Naopak muži u nás dominují na pozicích, které jsou mezi nejlépe placenými. Nad ženami výrazně převažují ve vrcholovém managementu, informačních technologiích i managementu firem a organizací, které jsou v Top 4 nejlépe placených oblastech ČR.

Platy žen také ovlivňuje mateřská dovolená, rodičovská dovolená, na kterou u nás stále mnohem častěji nastupují ženy než muži, nižší sebevědomí při vyjednávání o vyšším platu v zaměstnání či při diskuzi o mzdovém ohodnocení na pracovním pohovoru.

Pokud se podíváme na mezinárodní srovnání, u našich sousedů na Slovensku je rozdíl o něco menší než u nás, a to 25 %. Mezi evropskými zeměmi, ze kterých jsou dostupná data portálu Paylab.com, hlásí nejmenší rozdíl Slovensko, necelých 13 %. Menší než 20% rozdíl v platech mužů a žen je i v Chorvatsku, Estonsku a Maďarsku. Naopak výrazně hůře jsou na tom ženy v Polsku, které vydělávají v průměru o 36 % méně než muži. (tz)

Naši svářeči, dělníci, konstruktéři a technici **umí neuvěřitelné věci**



Mgr. Ing. Irena Melounová

V lednovém čísle naší Madam Business jste naznačila, že umění do vašeho života patří stejně jako do života výrobního družstva, v němž manažersky působíte. Co se pod tímto snoubením ale vlastně skrývá?

Pracuji ve firmě Kooperativa vod družstvo, které od svého založení v roce 1969 zásobovalo celé tehdejší Československo kovovými klecemi pro zemědělství, zárubními a stožáry. Ruku v ruce s ekonomickou transformací se proměnily požadavky na výrobky a firma se čím dál tím více orientuje na zakázkovou výrobu jak podle vlastních návrhů, tak podle návrhů architektů, projektantů a umělců. Pro mě osobně má slovo umění mnohem větší význam, nejen umění ve smyslu uměleckých děl, ale v širším pojetí odvozené od slovesa umět. Takže naši svářeči, dělníci, konstruktéři a technici umí neuvěřitelné věci, vymýšlejí zlepšení relativně obyčejných běžných předmětů, a co hlavně, dokážou to vyrobit tak, aby předměty měly velkou užitnou hodnotu a byly bezpečné.

Spolupracujete tedy s designéry či umělci při vývoji vašich produktů? Víte, že se pyšíte designovými stožáry veřejného osvětlení...

Spíše zhmotňujeme jejich tvůrčí myšlenky a nápady, konstruujeme a vyrábíme to, co naskicují, spolupracujeme v určité symbióze a tvoříme krásné věci. To jsou projekty pro

Když jsem na začátku roku oslovila Mgr. Ing. Irenu Melounovou, obchodní náměstkyni firmy Kooperativa vod družstvo, otázkou, zda jí pomáhá umění nejen v osobním, ale i v profesním životě, dostala jsem přenáhernou odpověď. Dlouho jsem na její slova nemohla zapomenout a přemýšlela jsem, jak je dál zúročit. Cítila jsem, že jmenovaná společnost dokáže nabídnout odběratelům víc než jen výrobky z kovu, na přání i s designem v hlavní roli. Do stožárů na veřejné osvětlení se promítá stále více duch jmenovaného subjektu, totiž smysl pro novinky, které nám život nejen zpříjemňují, ale i zkrášlují, které v sobě nesou další, mnohorozměrné poselství. Nakonec vznikl následující rozhovor:

umělce a designéry dle jejich návrhů. A pak máme vlastní vývoj designových výrobků, ale tam jdeme cestou od materiálu k estetice a testujeme možnosti strojů a postupů práce na nich, co nám ještě dovolí. To odvezeme na výstavu či veletrh a ptáme se potenciálních zákazníků, jestli se jim to líbí, jestli by něco podobného někdo chtěl mít ve svém městě, v nové městské výstavbě. A takhle máme originální stožáry v opravdu malých obcích a městečkách, které se rozhodly kultivovat veřejný prostor nejen designovými lavičkami a odpadkovými koši, ale i elegantními stožáry.

Jak vznikl tento příběh?

Myslíte konkrétně tu spolupráci s umělci? Asi nejznámějším z nich je Krištof Kintera, kterého podle firemní legendy před zhruba 15 lety můj táta zahlédl při vaření kávy v kuchyňce, jak běhá po parkovišti a výrazně gestikuluje.

Ten neznámý ho natolik zaujal, že vyšel před budovu a oslovil ho s otázkou, co se mu přihodilo. A mladík se rozčiloval, že firma, která se honosí tím, že je jednička ve výrobě stožárů pro veřejné osvětlení, odmítla vyrobit jeho lampu. Ukázalo se, že ho odmítl konstruktér s tím, že jeho plán je příliš odvážný, nepůjde to zkonstruovat v technických parametrech, že to staticky nevyjde a nepůjde to vyrobit dle norem.

A táty se to samozřejmě dotklo, takže zavelel, že se to rozhodně zpracuje, navrhne a vyrobí. A tak to začalo. A když někdy ve svém díle Krištof Kintera řeší veřejné osvětlení a potřebuje stožáry, děláme mu odborný servis. Jsme zvyklí být subdodavateli velkých firem a velkých projektů na dálnicích, železnicích, ale pracovat pro někoho tak inspirativního, jako je Krištof Kintera, to je zcela jiná liga.

Odborníci se shodují, že se dnes velmi těžko kvalifikuje, co vlastně umění je, a co není, protože svoboda projevu je nekonečná, každý z nás může vyjádřit, co cítí, odhalit své vnitřní já, a to v jakékoli podobě. A zda z toho vznikne umělecké dílo, patrně ukotví až čas a zájem publika. Jaký na to máte názor?

Když jsem byla na kutnohorském gymnáziu, jednou jsme při nějaké hluboké filozofické debatě v nočních hodinách se spolužákem řešili, že určitě někde ve světě nyní tvoří umělci, o jejichž tvorbě si budou vyprávět následující generace, a my třeba žijeme vedle nich a vůbec o nich nevíme. Stresovalo nás, že to největší umění propásneme. Třeba jako je notoricky známý Van Gogh. V literatuře by to byl Franz Kafka nebo portugalský básník Fernando Pessoa, jehož dílo objevili náhodou v truhle až po jeho smrti. Byl to obrovský básník a spisovatel, ale nikdo, nebo skoro nikdo, jeho ani Kafku za jejich života neznal, nečetl, neuznával. My máme sídlo v Uhlířských Janovicích, odkud pochází jedna z nejlepších současných, troufnu si říct, světových spisovatelek Radka Denemarková. Kdybyste se na náměstí zeptala na to jméno, opět se odvažují tvrdit, že více než polovina, naprosta většina nebude vůbec tušit, že někdo

Pro mě osobně má slovo umění mnohem větší význam, nejen umění ve smyslu uměleckých děl, ale v širším pojetí odvozené od slovesa umět. Takže naši svářeči, dělníci, konstruktéři a technici umí neuvěřitelné věci, vymýšlejí zlepšení relativně obyčejných běžných předmětů, a co hlavně, dokážou to vyrobit tak, aby předměty měly velkou užitnou hodnotu a byly bezpečné.

takový žije. V současné době, ještě za života umělců, jsou díla, která vás osloví a mají hlubší myšlenku, kterou vyjadřují; myslím, že ta hranice mezi uměním a kýčem nebo mezi uměním a prostou svobodou projevu, za kterou není nic víc než touha šokovat, je velmi tenká, ale existuje. A ten cit pro rozpoznání hranice se kultivuje, učíme se ho chozením do galerií, na výstavy, v hodinách dějin umění a podobně. Mně ho pomohl začít hledat pan učitel Jiří

Černý v základní umělecké škole. A pak jsem měla na gymnáziu hodiny se skvělou profesorkou dějin umění paní Blanku Altovou.

Umění má také lidi stmelovat, nabízet východiska, povzbuzovat k diskusi, šířit víru v dobro. Má učit lidi objevovat nové obzory, přemýšlet o tom, co je hodnota a proč... Nechtěli bychom po této disciplíně lidského konání ale až příliš?

Určitě ne. Mělo by to být smyslem lidské existence objevovat nové obzory, a hlavně je přeskřížovat a rozšiřovat, jak v umění, tak ve vědě. U šíření víry v dobro mám trochu husí kůže, je totiž strašně těžké dobro definovat, a říká se, že cesty do pekla jsou dlážděny dobrými úmysly...

Nakolik dokázal například design některých vašich výrobků ovlivnit zájem zákazníků, odběratelů?

Jsou to zatím desítky realizací, protože jsou časově mnohem náročnější, než výroba a prodej klasických trubkových stožárů z katalogu. Ale tyto vlašťovky začínají přilétat čím dál častěji. Expandovali jsme s designem nejen do Prahy a Středočeského kraje, ale i za hranice regionu, máme realizace v Ostravě, chystáme větší projekt v Beskydech, ve vinařství na jižní Moravě. Je těžké se vymanit nejen z nějaké škatulky, ale postupně se nám to díky kolegům z obchodu a marketingu daří.

Co řešíte právě nyní v businessu a propojení s krásným?

Nevím, jestli pojem krásno není pro naši kovovýrobu příliš vznešený! Ale tak Boudník i Hrabal pracovali v továrně.

Nejsou odběratelé stále ještě příliš konzervativní? A bylo by odvážné pobídnout je k větší kreativitě? Jsou ochotni utrácet peníze za „více designové kousky“?

Myslím, že trend kultivace veřejného prostoru nabírá na síle. Byla jsem před pár dny na konferenci Pojďme dělat město a viděla jsem neuvěřitelné odhodlání, velké nadšení a entu-



Designové stožáry v Kutné Hoře



Předseda družstva Ing. Miloslav Meloun a Irena Melounová na veletrhu Ampér

ziasmus jednotlivých lidí, kteří sami za sebe jdou a proměňují zanedbaná prostranství a parky tak, aby v nich lidé mohli trávit více času a setkávat se. A samosprávy pomáhají participací k tomu, aby občané spolurozhodovali o veřejném prostoru, co by potřebovali, aby se v něm cítili dobře. A tady je i naše místo ukázat, že můžete město a obec dotvořit nebo podpořit jeho genia loci i pomocí neobyčejných stožárů. A my jim nabízíme, aby si navrhli tvar, provedení, vyrábíme také z moderního cortenu, aby si i pomocí takového samozřejmého sloupu veřejného osvětlení ten prostor zkrášlili.

Kdy je vám osobně s uměním lépe, když jste smutná, nebo když se radujete?

Asi to takhle nemám rozdělené, nikdy jsem o tom takto nepřemýšlela. V opravdu těžkých chvílích mi hrozně pomáhají písně a texty kapely Už jsme doma, to jsou ti ve žlutých převlecích ve filmu Knoflíkáři. Ale poslouchám je i při dobré náladě, ráda chodím na festivaly, kde hrají, jsou to neuvěřitelná místa nabitá sama o sobě pozitivní energií, třeba jako amfiteátr v Míkulově. S kamarády letos pořádáme jedenáctý ročník festivalu brazilských filmů

Kino Brasil a snažíme se ukazovat nejen pestrost obrovské země, její krajiny, měst, venkova, pobřeží a vnitrozemí, ale hlavně pestrost uměleckou, promítáme artové i nezávislé filmy, měli jsme nádherný animovaný snímek O Menino e o mundo, Chlapec a svět. To bylo vizuální pohlazení, stejně jako Amazonia Groove, který se zaměřil na hudebníky žijící v Amazonii. Nebo dokument o brazilském fotografovi Sebastianu Salgadovi, to je čistá krása. A vy si nevyberete, s jakou náladou půjdete ten den do kina, ale umění vám ji vždy promění.

Čerpáte z obrazu, fotografie, sochy, knížky povídek chuť do života?

Určitě. Ráda se vracím ke Skácelovým básním plným magie ticha, k básním Václava Hraběte s ohledem na jejich životní nespoutanost, miluju Monetovy obrazy, které divákovi připomenou, že každá známá krajina je pokaždé jiná a nutí ho se na ni znovu a znovu podívat a obdivovat ji. Ta studná životní energie v umění je nekonečná, takže si každý může dopřát dle libosti.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí



Ing. Miloslav Meloun kontroluje robotické pracoviště

Veškerá výroba probíhá v Česku a gró celého procesu zůstává v rodině

Rodinných firem, které podnikají v oblasti módy, je v Česku opravdu málo. Tradice jako v Itálii nebo ve Francii zde zkrátka neexistuje. Najde se ale několik výjimek, které potvrzují pravidlo, a Machač Design k nim rozhodně patří. Firma vznikla jako Oděvy Machačovi už v 90. letech minulého století a zpočátku fungovala zejména jako kamenná prodejna. Zákaznice zde mohly najít jak autorské modely vyrobené v ČR, tak kousky od zahraničních značek. Postupně se ale rodina víc a víc soustředila na vlastní tvorbu, a proniká i do online světa. Jak se jí daří uspět s e-shopem, v čem vidí své silné stránky a jak dokáže udržet konkurenceschopné ceny? To nám prozradila členka nastupující generace Machač Design talentovaná designérka Tereza Machačová.

pevné zázemí a máme se od čeho odrazit. Co se týče navrhování, tak už v té době, kdy jsme se vydali tímto směrem, byla vytvořena klientela a návrhy byly komu prodávat. Nemuselo se tedy začínat od nuly. A nevýhody vidím v tom, že se někdy nemůžeme shodnout. A protože jde aktuálně o dvě generace, každá strana vidí celkové podnikání i konkrétní situace jinak.

Móda se za ty roky proměnila, ale váš náčasový styl zůstává. Co je jeho základem?

Snažíme se dělat takové kousky, aby ženu za jednu sezónu neomrzely – jde tedy o klasické střihy, ale chceme, aby byly něčím zajímavé a ozvláštňené. Například zajímavým prvkem, materiálem nebo barvou. Oblékáme především ženy pro běžný všední den, popřípadě na různé akce. Proto se snažíme vytvářet modely, které jsou pohodlné, komfortní a snadno se udržují. Často používáme i pružné materiály, které jsou příjemné při pohybu. Žádaný je ale také funkční materiál na úpletové šaty, přičemž jde opět o téměř bezúdržbový materiál, který se hodí například i na dovolenou do kufru, protože se nemačká a je prodyšný.

Jak se ve vašich kolekcích projevuje ženskost a přizpůsobení české postavě?

Odjakživa jsme měli rádi šaty, ale jak už jsem říkala, kdysi jsme prodávali a stále prodáváme i jiné značky z různých koutů světa, často to byla i Itálie, kde jak známo, mají ženy jinou postavu než ty naše a povětšinou jsou i jiné co se typologie barev týče. České ženy proto potřebují odlišnou velikostní tabulku, než tomu je například u jižních národů. Snažíme se dělat rozmanité typy střihů, které sluší různým typům postavy – na daném modelu tedy vždy upozorňujeme na konkrétní přednosti, kterými žena disponuje. Tak, aby jí model zvýraznil to hezké, a naopak zakryl, co sama nechce příliš ukazovat. Také se snažíme oblečením vytvářet opticky symetrickou postavu. V každé kolekci vyzdvihneme ženskost jiným způsobem a vždycky je rozdíl mezi letní a zimní kolekcí. V létě si můžeme dovolit celou škálu šatů i sukní ve světlých barvách. A konkrétně letos jsme chtěli ženskost vyzdvihnout zvýrazněním vysokého pasu, který opticky dělá hezkou postavu. Navíc máme dobře připravený střih vhodný i pro postavy, které až tak vytvarovaný pas nemají. A také máme rádi takzvanou zahalenou módu, kdy žena pro svoji ženskost nemusí odhalovat vše, a naopak svou krásu podpoří skrytými křivkami.



Tereza Machačová

Navazujete na tradici, kterou započala už vaše babička. Kdy firma vznikla? A jak se její fungování lišilo od dnešní podoby?

Firma jako taková vznikla v roce 2017. V roce 1993 babička společně s tátou a tetou Evou založili obchůdek s názvem Kožichy, klobouky, oděvy. Do roku 2017 butik fungoval jako klasický obchod různých značek, ale poté jsme začali s vlastní produkcí.

Typ prodeje v době po revoluci byl úplně jiný než nyní. Začínalo se koženým oblečením,

těžkou konfekcí a byl obrovský hlad po hezkém odívání. Zatímco v dnešní době jsme módou doslova přehlceni, a to i dovozem nekvalitních kousků z ciziny. I proto jsme se rozhodli pro tvorbu naší značky, která vzniká v Čechách, víme, odkud je a kdo ji vyrábí.

V čem jsou podle vás největší výhody a nevýhody rodinné firmy?

Naší výhodou je, že díky podnikání v této oblasti už od 90. let víme, jak co funguje. Máme



Zakládáte si na tom, že celý proces navrhování a výroby probíhá v Česku. Využíváte i lokální materiály?

Ano, snažíme se, aby veškerá výroba probíhala v Česku. Od navrhování přes konstrukci střihu až vzorkování si vše děláme sami a zůstává to v rodině. Spolupracujeme ale s českými dílnami, které nám pomáhají kolekce zpracovat. Využíváme i českou galanterii, například knoflíky. Co se týče látek pro naše kolekce, bohužel nejsme ve fázi, kdy bychom měli tak velký odběr a mohli si látku v ČR na míru vyrobit. Naše značka je spíše menšího typu, šijí se malé série a více druhů modelů. Proto tedy prozatím nejsme schopni naplnit kapacitu tak, abychom si mohli nechat vyrobit na přání materiál, který nám bude vyhovovat barvou i složením. Ale na druhé straně máme i jednu českou firmu, která se zaměřuje na úplety a ty průběžně používáme do různých kolekcí.

Daří se vám udržet konkurenceschopné ceny?

Mohu potvrdit, že daří. Je to urychlením procesu výroby. Naše móda je spíše designová, ale tzv. nositelná a zároveň má kvalitnější krejčovinu. Často tomu v ČR bývá tak, že za lepší krejčovinu zákazník zaplatí mnohem více. Proto se snažíme ceny držet ne úplně nízko, abychom se rovnali například řetězcům či nízkonákladovým výrobám, ale takové, aby nebyly vysoké jako u klasického návrháře. Dosáhli jsme toho, přestože si zakládáme na exkluzivitu a kolekce nejsou po 200 kusech od jednoho modelu, ale šijí se v menších sériích okolo 20–30 kusů. Dále používáme konstrukční programy pro zrychlení procesu konstrukce střihu a stupňování. Díky tomu zabere výroba mnohem méně času, než když se konstrukce vytváří rýsováním na papír. Modely neupravujeme přímo na

míru, ale šijeme je v konfekčních velikostech a úpravy případně děláme až na místě se zákaznicemi, co se týče drobných zásahů (například délka kalhot).

Vaše modely můžeme vidět na módních přehlídkách. Co dalšího děláte pro zviditelnění značky? Věnujete se online propagaci?

Jedna z aktivit, díky kterým se snažíme zviditelnit, jsou i módní přehlídky. V této chvíli sháníme odborníky v oblasti online propagace a marketingu – zejména co se týče sociálních sítí. Do nynější doby jsme fungovali tak nějak pokus omyl a už víme, že tudy cesta nevede. Díky vlastním chybám jsme zjistili, že potenciál určitě online podnikání a prodej má, jen je potřeba tento proces nasměrovat správně, aby fungoval plnohodnotně a také e-shop se nám rozjel naplno. V současnosti se přes e-shop prodává, ale představy jsou jiné...

Spolupracujete s ambasadory a influencery?

Ano, začali jsme spolupracovat se známými osobnostmi a influencery. Prozatím ambasa-



Maminka Pavla Macháčová a další z dcer, Anna Macháčová, všechny z rodinné firmy Macháč Design

dorku nemáme. Ale určitě bychom v budoucnu někoho takového mít chtěli. Velkým úspěchem pro nás je spolupráce se Svetlanou Witowskou a Zuzanou Tvarůžkovou, které jsme oblékali do jejich pořadu Spotlight, a dále s Ivanou Jirešovou do pořadu ČT Bedekr, Denisou Helceletovou na Mistrovství Evropy v atletice nebo Vlastinou Svátkovou.

Prodáváte nejvíce kousků přes e-shop, nebo v kamenném butiku? Liší se nějak skladba zákazníků?

Největší odbyt máme v kamenném butiku. I když nám e-shop funguje již delší dobu, pořád v této oblasti „tápeme“. V současnosti ale řešíme spolupráci s agenturami, které se online prodejem věnují profesionálně. Zatím je pro nás tedy velkou základnou kamenný butik, přičemž prodej v něm má klíčový význam. Skladba zákazníků se liší asi tím, že do kamenného obchodu chodí také zákaznice, které chtějí individuální přístup a potřebují poradit. Přes e-shop zase nakupují dámy, které mají rády soukromí a anonymitu. Často je tomu ale tak, že jsou z velké dálky a nemají možnost dorazit fyzicky.

A jak vám funguje spolupráce se showroomy a obchodní zastoupení v zahraničí?

Spolupráce s českými showroomy se postupně rozvíjí, ač musím uznat, že někdy je těžké oslovit butiky, které již mají zajaté značky zahraniční. Často se nám pak stává, že když jejich zástupci vidí oblečení „na živo“, jsou překvapeni, že jde o českou značku. Stále je ale problém se do obchodů dostat. Rádi bychom oslovili další butiky a šli i touto cestou, ale bohužel se nemůžeme na tento druh spolupráce až tak spoléhat, protože ne vždy se vše vyvíjí správným směrem. Zahraniční zastoupení prozatím nemáme, avšak v budoucnu bychom se touto cestou chtěli také vydat. Nejdříve bychom si ale chtěli vybudovat pevné základy v online prodeji v Česku, a pak by určitě bylo fajn naši značku rozšířit i do dalších zemí.

za odpovědi poděkovala Dana Halušková





UNIQA: ženy jsou v penzi více ohroženy chudobou

Podle nedávného průzkumu agentury Ipsos je s výší starobní penze spokojena jen čtvrtina důchodkyň. Ženy celý produktivní život čelí znevýhodnění. A i když jsou tou šťastnější částí populace, která se dožívá vyššího věku, ve stáří se genderové materiální rozdíly mohou dále zdramatizovat. UNIQA přichází s tipy, jak se mohou ženy dopředu zabezpečit.

Aktuální průměrný rozdíl v příjmech populace mužů a žen je v ČR na úrovni 17,9 %. Na úrovni manažerů ještě více. Počet nabízených částečných pracovních úvazků roste stále pomalu. Podíl mužů na rodičovské dovolené je mizivý. Zatímco v OECD trvá průměrná rodičovská dovolená mužů 13 týdnů, u nás činí aktuálně 2 týdny. Od roku 2012, kdy bylo dětí ve věku do 4 let v kolektivních zařízeních (školky apod.) umístěno 9 %, se do letoška nezměnilo nic: v roce 2024 dochází do takové instituce stále jen 9 %. Tato data přinesla konference Equal Pay Day v dubnu 2024.

Neúprosná demografie

Demografický trend je k ženám shovívavější než k mužům: podle předběžných odhadů střední doba dožití činila loni u mužů 77 let, ale u žen 83 let (ČSÚ). Podle střední, nejpravděpodobnější varianty, by se život do poloviny tohoto století mohl proti loňsku protáhnout u mužů o víc než pět let na 82,2 roku a už žen zhruba o čtyři roky na 87,1 roku. Česko čeká výrazné stárnutí. Do poloviny století by mohl počet lidí nad 65 let vzrůst z 2,2 mi-

liónu na 3,1 miliónu. Podíl se dostane z pětiny na 30 %. Přibýt by mělo hlavně lidí nad 85 let. Děti a lidé v aktivním věku by mělo naopak ubývat. Zatímco osob ve věku 85+ teď je kolem 199 000, v roce 2051 by jich podle střední varianty mohlo v Česku žít 520 000, kolem roku 2065 přes 800 000 a na konci století by jejich počet mohl překročit milión. V nejvyšším věku by tak mohla být víc než desetina obyvatel Česka. Zatímco teď na stovku lidí mezi 20 a 64 lety připadá 35 pětadesátiletých a starších, v roce 2051 by jich mohlo být 54 (index ekonomické závislosti podle ČSÚ).

Co zatěžuje české penzistky

„České ženy stráví v důchodu delší dobu než jejich mužské protějšky. Penzi má naprostá většina z nich nižší, protože celý život pobíraly menší mzdy než muži. Díky vyššímu průměrnému dožití zůstávají se svojí nižší starobní penzí často samy. Hospodaření je pro ně obtížnější,“ konstatoval Pavel Vaněk, manažer pro penzijní a investiční zákazníky UNIQA. Pokud nebydlí ve vlastním, může se pro ně stát živobytí obtížně řešitelným rébusem. Nájmy v ČR činily podle Deloitte v prvním čtvrtletí letošního roku v průměru 295 Kč/m², přičemž v Praze to bylo už 400 Kč/m², v Brně 329 Kč/m². Ceny nájemného v krajských městech stouply od roku 2014 o 96 %. Vzhledem k obtížné dostupnosti pořízení vlastního bydlení lze předpokládat, že do budoucna poroste podíl lidí žijících v nájmu. Jenže nájem dokáže spolykat hlavní část starobní penze...

Individuální příprava na stáří je nezastupitelná

Z výše uvedených dat vyplývá, že každý z nás, a ženy zvláště, by se na postproduktivní etapu života měl připravovat systematicky a dlouho-

době. Vzhledem k tomu, že velká část populace nemá hlubší přehled o fungování kapitálových trhů, a tedy potřebné vědomosti pro přímé investování, nabízí se v dnešní době zejména dva „masové“ instrumenty pro zabezpečení na stáří – doplňkové penzijní spoření a dlouhodobý investiční produkt. V čem jsou podobné a čím se liší?

U doplňkového penzijního spoření (DPS) si střadatel volí investiční strategii, kterou „zúročí“ v účastnických fondech spravovaných penzijní společností. Jejich nabídka a investiční možnosti jsou do jisté míry omezené. Dlouhodobý investiční produkt (DIP) oproti tomu poskytuje větší svobodu v řízení vlastní investice a širší okruh možností, do čeho vkládat prostředky. DIP přináší příležitost portfolio dobře diverzifikovat, a nespolehat tak pouze na jeden nástroj. Jak DPS, tak i DIP jsou dlouhodobé nástroje s horizontem desítek let. Jen tak jsou schopné plnit svůj účel.

Jak DIP, tak DPS umožňují příspěvky od zaměstnavatele a daňové úlevy. Daňové úlevy jsou u obou produktů podmíněny smluvní dobou alespoň do 60 let věku a délkou minimálně deset let. Oproti penziju je DIP zvýhodněn v tom, že v daních si lze odečíst celou investovanou částku, nikoli jen její část jako v případě spoření v penzijních fondech. DPS lze navíc využít i pro předdůchod.

DPS i DIP znamená investovat na stáří. K DPS lze čerpat státní příspěvky až do 340 Kč měsíčně (od 1. července 2024), což je jistě atraktivní. Z hlediska investování můžeme DPS vnímat jako více tradiční produkt. DIP je nový flexibilnější způsob investování založený na výběru z více investičních možností. Hlavní výhodou je daňové zvýhodnění příspěvků. Pokud to finanční situace jednotlivce dovoluje, je ideální DPS i DIP kombinovat a maximalizovat výhody obou.

Jak se připravit na důchod

UNIQA má v nabídce oba uvedené produkty zabezpečení na stáří. Nyní přichází s modelovými příklady pro různý věk a různé životní situace žen. „Předpokladem úspěchu je co nejdelší horizont trvání úspor či investic a jejich železná pravidelnost,“ upozornil ženy na základní zásady Pavel Vaněk. „A pokud chcete využít všechny výhody v podobě daňových úlev u DIP i DPS, a u DPS navíc státní příspěvky, je potřeba smlouvy nevypovídat před dosažením 60 let věku s trváním smlouvy minimálně deset let,“ dodal. A rovnou uvedl i konkrétní modelové příklady:

Andrea je mladá absolventka po škole, věk 26 let, v prvním zaměstnání s průměrným čistým výdělkem okolo 29 000 Kč, bez závazků. Bydlí ve sdíleném bytě a platí za něj 6000 Kč měsíčně.

Tip: Jako startovací doporučujeme DIP. Poskytuje větší flexibilitu v zaslání vkladů, zatímco u DPS se změny příspěvků i přerušování musí hlásit penzijní společnosti. A současně by se Andrea měla zajímat o možnost příspěvků u zaměstnavatele. Pokud by byla schopna posílat měsíčně 1000 Kč (v průměru za celý investiční horizont 34+ let), nashromáždí si při „střízlivém“ průměrném výnosu 5 % na stáří sumu přes milion korun (zhruba 1,07 mi-

líonu korun), a přitom výrazně ušetří na daních (daňová úspora 61 200 Kč).

Jana je momentálně ve věku 38 let na rodičovské dovolené se dvěma dětmi. Pobírá rodičovský příspěvek. S manželem bydlí ve svém. Po odečtení všech výdajů jim zůstává na spoření na důchod asi 4000 Kč.



Tip: Jana by měla vstoupit do DPS s vyváženou strategií a pravidelným vkladem 1700 Kč (optimální výše pro pobírání nejvyšší státní podpo-

ry). Jakmile se vrátí do zaměstnání, může si vklad zvýšit a/nebo požádat o příspěvek i zaměstnavatele, a tím si vyhlídky na zhodnocení a celkovou cílovou částku zlepšit. I bez toho si tak v 60 letech může zajistit (za 22 let trvání DPS) až milion „k dobru“, přičemž od státní na příspěvcích získá celkem 89 760 Kč.

Ivana je 50letá rozvedená máma dvou dětí ve věku 14 a 16 let ve své péči. S alimenty na děti má k dispozici jako střední manažerka částku 56 000 Kč měsíčně. S vědomím blížící se penze si nyní vyhradila na spoření na stáří měsíčně 6000 Kč.

Tip: Ženy bývají zpravidla opatrné investorky, půjdeme tedy do kombinace konzervativního DPS a vyváženého profilu u DIP, a to i vzhledem k relativně krátkému horizontu úspor (10–15 let). Pro maximalizaci státního příspěvku i daňových výhod bude pro Ivanu optimální částka 5700 Kč měsíčně. 1700 Kč půjde do DPS a 4000 Kč do DIP. Za deset let tak získá od státu celkem 40 800 Kč na státním příspěvku a dalších 72 000 jí stát vrátí na daních. Budeme-li navíc počítat s konzervativním zhodnocením

2,5 % v DPS a 4 % u DIPu, může mít k dispozici v 60 letech až 940 000 Kč. Vydrží-li investovat až do odchodu do penze v 65 letech, dokonce to bude přibližně 1,5 milionu. (tz)

Klíč k úspěchu v kariéře

Budování kariéry je pro mnoho žen cílem, který vyžaduje nejen vysoké odborné znalosti, ale také osobní přístup, klidnou mysl a duševní pohodu. Moderní pracovní prostředí může být náročné a stresující, a proto je důležité najít rovnováhu mezi profesním a osobním životem.

Vzdělání je nepochybně důležitým základem pro budování kariéry. Poskytuje potřebné znalosti a dovednosti, které jsou nezbytné pro úspěšné zvládnání pracovních úkolů. Kromě vzdělání je klíčovým faktorem úspěchu také osobní přístup. Sebedůvěra, odhodlání a schopnost adaptovat se na měnící se podmínky jsou vlastnosti, které ženám umožňují překonávat překážky a dosahovat svých předsevzetí. Důležité je také umět vyjádřit své názory, navazovat profesionální vztahy a být proaktivní.

Pracovní stres je běžnou součástí každodenního života, ale dlouhodobý stres může mít negativní dopad na fyzické i duševní zdraví. Klidná mysl a duševní pohoda jsou nezbytné pro udržení produktivity a spokojenosti v práci. Ženy by měly věnovat čas aktivitám, které jim pomáhají relaxovat a obnovovat energii, jako je jóga, meditace, cvičení nebo koníčky. Ženy často čelí tlaku, aby excelovaly jak v pro-

fesním, tak v osobním životě. Je důležité nastavit si hranice, delegovat úkoly, kde je to možné, a prioritizovat čas pro rodinu, přátele a sebe samé. Podpora ze strany rodiny, přátel a kolegů může výrazně přispět k úspěchu. Networking je také důležitým nástrojem pro budování kariéry. Budování kariéry není jen o získání potřebného vzdělání. Ženy by měly usilovat o rovnováhu mezi prací a osobním životem, aby mohly naplno využít svého potenciálu a zároveň si udržet zdraví a spokojenost. Profesionální úspěch je cestou, na které je důležité se starat nejen o své znalosti, ale také o své duševní a emocionální blaho.

Své psychické zdraví lze podpořit i doplňky stravy s vhodným obsahem látek. Novinkou na trhu je Happy Speed, přípravek, který může být vaším dobrým společníkem. Receptura tohoto doplňku stravy byla vyvinuta s maximálně možným důrazem na složky přírodního původu, které mají pozitivní vliv na:

Náladu a psychiku: Affron – patentovaný extrakt z čnělek šafránu pro zlepšení a zachování rovnováhy nálady a duševního zdraví. Bioaktivní sloučeniny tohoto vzácného koření působí na podobném principu jako antidepressiva.

Kognitivní funkce: Jód z mořské řasy podporuje normální kognitivní funkce a zdravé nervové soustavy.



Imunitní systém: Vitamin C z krvavých sicilských pomerančů pomáhá posílit imunitní systém a chránit tělo proti stresu.

Energie a únavu: Hořčík z mořské vody a vitamin C společně pomáhají snižovat míru únavy a vyčerpání a podporují normální energetický metabolismus.

Spánek a psychický stav: L-Tryptofan podporuje produkci serotoninu a melatoninu, které napomáhají k lepšímu spánku a stabilizaci psychického stavu.

Nervovou soustavu: Biologicky vázané vitamíny B z kvasnic podporují zdravou nervovou soustavu a psychickou aktivitu. (red)

www.happyspeed.cz

Každý podnikatel nese ohromný batoh zodpovědnosti na zádech

Podnikatelé jsou osobnosti s originálním pohledem na svět. To jim nikdo nemůže upřít. Jejich vášní je zkoušet, nacházet, žít se svým snem. Tvořit něco nového a mít z toho radost i užitek. A také obojí částečně dělit mezi zaměstnance, děti, na charitu, něco investovat. Ne každý jim rozumí. Někdo je dokonce označuje za blázny a podivíny. Až historie ukáže, co jejich víra ve výsledek vlastně lidem přinesla. Mnozí by se divili, kolik toho bylo a je. Irena Vrbová založila konzultační společnost Porto, která se zabývá vzděláváním a rozvojem majitelů a manažerů menších a středních firem. Co plyne z jejich dosavadních zkušeností a poznatků?



Irena Vrbová

Dokážete charakterizovat dnešní největší problém v podnikání menších českých firem?

Je těžké říci, co je největším problémem, každý podnikatel je unikátní a má zrovna ten svůj bolavý bod, svého černého Petra, jak se říká. Ale pokud bych měla říct, po čem podnikatelé v posledních zhruba sedmi letech nejčastěji volají, tak je to hledání cesty, jak své lidi motivovat nefinančně. Finanční motivace je už má-

lo. Velkým tématem je velmi často i generační výměna ve firmách. Respektive, co s firmou dál, když zakladatel je již ve vyšším věku.

Z čeho mají tyto společnosti největší obavy, jaké náležitosti je trápí?

Každý podnikatel nese ohromný batoh zodpovědnosti na zádech. Tedy asi největší obava je, zda se bude stále dařit. A tam se upíná hlavní směr a pozornost.

A jaké záležitosti naopak skoro neřeší, nevěnují jim pozornost, byť by jim to pomohlo?

Nejvíce by jim pomohlo si více zvědomit sebe, a to v celém procesu svého podnikání. Proč podnikají, ví, ale kým v tom jsou oni sami. Jako lidé máme v životě vícero rolí. A je rozdílná role majitele a role šéfa, a pak třeba ještě role kamaráda. Pomohlo by jim víc zhmotnit a uchopit roli šéfa. Částečná absence této role potom způsobuje všechny komplikace, které často řeší. Já nedělám z šéfů manažery roku, ale ukazuji jim, kým jsou ve své firmě, kým by chtěli být a jak to vše pojmut.

Liší se nějak vztah k businessu těch, kteří před 30 lety firmy zakládali, a těch, kteří je nyní přebírají a hodlají pokračovat?

Velmi. Pro podnikatele z devadesátek, jak se jim říká, byla firma vším. Vstávali s ní a usínali. Na úkor svých koníčků, svých rodin. Došli do důchodového věku, a byť několik let říkají, že chtějí do důchodu, tak vlastně do firmy stále docházejí. Jejich potomci někdy žertovně říkají: „On ten táta nakonec půjde do důchodu později než já...“ A mají pravdu. Ti lidé nemají jiný smysl života, utekl jim během podnikání. Další generace to už tak nechce. Chce mít čas i na jiné úrovně života, než je pracovní rovina. Chtějí mít i jiné koníčky než firmu, vidět své děti vyrůstat, věnovat se svému partnerovi nebo partnerce. Lidem se změnily hodnoty života.

Když někdo svoji podnikatelskou dráhu rozjíždí, doporučujete spoléhat na vlastní finanční prostředky, nebo by si měli půjčit?

Doporučuji se spoléhat hlavně na vlastní nitro a víru. Což je i předpokladem k podnikání. Podniká ten, kdo věří, že vytvoří z prdu kuličku. Když věří sám v sebe, je schopen založit firmu a věřit tomu, že bude mít každý měsíc na mzdy. Kdo tomu nevěří, dává víru vně sebe – nechá se raději zaměstnat a má jistotu, že mzda mu každý měsíc přijde. Proto se stává,

Nejvíce by jim pomohlo si více zvědomit sebe, a to v celém procesu svého podnikání. Proč podnikají, ví, ale kým v tom jsou oni sami. Jako lidé máme v životě vícero rolí. A je rozdílná role majitele a role šéfa, a pak třeba ještě role kamaráda.



foto Kateřina Šimková

že někdo začne podnikat, ale do roka zavře se slovy „už nikdy více“. Ale pokud má člověk víru v sebe, je jedno, zda peníze na rozjezd má, nebo si je půjčí. O tom to není a není to hlavně předpoklad počátku této cesty.

Umělá inteligence pozmění trh práce, určitě ovlivní i řemeslo. To si však zcela jistě zachová své zlaté dno. Pokud tedy někdo dnes hledá, v čem podnikat, doporučila byste mu řemeslné obory? Být kosmetičkou, pedikérkou, švadlenou, kadeřnicí, instalatérkou, kuchařkou?

Ano. Všechna řemesla jsou umění a tvorba. A nic jiného neumí naplnit lidské srdce tak jako právě tohle.

Jakou přidanou hodnotou dnes mohou konkurovat trhu rodinné firmy? A není konkurenceschopnost příliš drahá?

Zájmem o člověka. Atmosférou ve firmě. V práci trávíme osm hodin denně, pět dnů v týdnu. To stojí za to, aby se tam jedinec cítil hodnotně a příjemně. Aby ho to bavilo. Menší české firmy umí lépe pracovat s nefinanční motivací. Zajímají se o ni. Zdravé příjemné prostředí dává lidem hormony štěstí. Některé věci se ale nedají koupit, a proto tohle fakt drahé není.

Malé společnosti bývají řízeny často intuitivně, bez procesů, bez „papirovaní“. Je to výhoda, nebo nedostatek?

Obojí. Proto nejlepší je zlatý střed. Nevzdat se zdravé intuice, a k tomu mít systém/papirovaní, který zajistí kontrolu a nahraditelnost. Podnikatelé, kteří zakládali firmu před 30 lety, tak byli k formě natolik přivázaní, že systém tvořilo jejich charisma. Lidé byli tak zvyklí, že majitel vše rozhodoval a stále ve firmě byl. Věděli jak, kdy a co rozhodne.

A to byl systém. To už teď není. Už je i nutnost mít firemní pravidla a základní systém nastavené.



Hodně se v poslední době mluví o ženském potenciálu, ženské energii, dokonce i tak, že právě podnikající ženy mohou vyvést ekonomiku z krize. Jak to vnímáte?

Já myslím, že ženy mají svoji roli ve společnosti a muži také svou. Ekonomiku mohou vyvést z krize české firmy a je jedno, zda jsou řízeny ženami, či muži. Role mužů a žen se mění, ale nejsem úplně zastáncem spolků, které podporují ženy v podnikání. Proč nepodpořit i mu-

že? Podnikat má ten, kdo na to má předpoklady, a je jedno, zda je to muž, nebo žena.

Žena, kariéra, osobní a rodinný život, role manželky, maminky, reprezentativní partnerky, pečující víly, dá se to skutečně skloubit a žít šťastně, zdravě a dlouho?

Tak – žena není perpetuum mobile. Skloubit se dá mnohé, otázkou je, proč co dělám. Zda proto, abych byla šťastná, nebo proto, abych něco dokázala sobě a okolí. To druhé nepřináší dlouhodobou radost. A o tom by život neměl být.

O čem vypovídají vaše zkušenosti? Je praktičtější, když založí firmu jeden člověk, nebo je společníků více?

Jeden. Tři je moc a musí to být lichý počet.

Naložte nějak s příběhy, které se u vás scházejí a jež jste vyslechla?

Doporučuji se spoléhat hlavně na vlastní nitro a víru. Což je i předpokladem k podnikání. Podniká ten, kdo věří, že vytvoří z prdu kuličku. Když věří sám v sebe, je schopen založit firmu a věřit tomu, že bude mít každý měsíc na mzdy.

Ano. Píšu knihy, které jsou plné příběhů ze života podnikatelského světa. Zatím jich vyšlo sedm. Letos jsme napsali divadelní hru o životě jednoho podnikatele. Vytvořili jsme představení, které se s velkým úspěchem odehrálo 30. května v divadle Mana. Pu-

blikum tvořili lidé z podnikatelského veřejnosti, převážně naši klienti. Podnikatelé jsou umělci. Tvoří nové, nepoznané. Hledají možnosti, směry. A tak myslím, že odměna ve formě uměleckého představení, je pro ně to pravé ořechové, co jim můžeme my, jejich průvodci, přinést.

za odpovědi poděkovala Eva Brixi ■■■

Bean-to-bar čokoláda: lepší volba, než si myslíte

Když se řekne čokoláda, většina lidí si představí sladkou pochoutku, která sice potěší chuťové buňky, ale zdraví příliš neprospívá. Čokoládovna Ajala chce však změnit tento pohled díky svým bean-to-bar čokoládám, které nabízejí nejen neodolatelnou chuť, ale i řadu zdravotních výhod. Ta správná čokoláda povzbudí, dodá stopové prvky a obsahuje antioxidanty, kterým se přezdívá bojovníci proti stárnutí.

Ajala své čokolády vyrábí metodou bean-to-bar – od bobu po tabulku. To znamená, že k výrobě používá celé kakaové boby ve výběrové kvalitě a z této kategorie nakupuje ty v nejvyšší kvalitě, která je na světě dostupná. Při zpracování pak v Ajale procházejí minimálními úpravami, což ve výsledné čokoládové tabulce uchovává maximum jejich chuti i výživných hodnot. Je to díky tomu, že je praží za významně nižších teplot, než je běžné u komerční čokolády, a že kakaové boby neprocházejí alkalizací, což je chemický proces, který je zbaví skoro všech zdraví prospěšných

látek. Navíc na rozdíl od běžné komerční čokolády, která často obsahuje přidané cukry, tuky a umělé přísady, Ajala čokoláda nabízí čistou a autentickou chuť čokolády, která je zároveň prospěšná pro tělo.

Zdravotní benefity jednotlivých látek v čokoládě

Antioxidanty: Kakaové boby jsou bohaté na flavonoidy, přirozené antioxidanty, které pomáhají bojovat proti volným radikálům v těle. Tyto látky podporují zdraví srdce, snižují krevní tlak a zlepšují krevní oběh.

Hořčík: Kakaové boby jsou výborným zdrojem hořčíku, minerálu, který je klíčový pro mnoho tělesných funkcí, včetně svalové a nervové činnosti, regulace krevního tlaku a syntézy bílkovin.

Železo: Čokoláda obsahuje významné množství železa, což je důležité pro tvorbu červených krvinek a prevenci anémie.

Theobromin: Tento přírodní stimulant přítomný v kakaových bobech má mírné povzbuzující účinky, aniž by způsoboval nervozitu či nespavost, jako je tomu u kofeinu.

Serotonin a endorfiny: Kakaové boby podporují produkci serotoninu a endorfinů



v mozku, což zlepšuje náladu a pomáhá bojovat proti stresu a depresi.

Čokoláda nemusí být jen lahodnou pochoutkou, ale i cenným přínosem pro zdraví. Díky vysokému obsahu antioxidantů, minerálů a dalších prospěšných látek může přispět ke zlepšení fyzického i duševního zdraví. Ale jen tehdy, když sáhnete po té správné, ať už bude od Ajaly, nebo jiné. (tz)



Fejeton

Nedělo se nic, nemusela jsem nic

Byl to neuvěřitelný zážitek. Brzy dopoledne jsem se ocitla v Praze na Národní třídě. Nebyla přetížena turisty ani lidmi, kteří spěchají do práce. Dělníci stavební firmy, která rekonstruovala významný objekt, ještě sálali pozitivní energií, necítili únavu a sem tam poplašený bloudící chodec je nemohl vyvést z míry. Jedna z tepen a promenád naší metropole žila svěží pohodou v čase, který zpravidla nemám možnost vnímat. Jelikož v tu dobu většinou pádím hlava nehlava na schůzku, jednání, tiskovku. Zcela výjimečně mi jely všechny autobusy a tramvaje přesně podle jízdního řádu, takže čtvrt hodinka k dobru, kterou jsem získala, se ukázala být vítanou pobídkou k dobré náladě. Ale nejen dobré, spíš rozverně, úžasné, neobvyklé. Prostě to byla bašta. Procházela jsem se a nic jsem nemusela.

Těch 15 minut jsem si fakt užívala. Jen si to představte. Najednou jsem nikam nespěchala. Kráčela jsem pomalu a hrdě. Do plíc se mi dral čerstvý vánek někde od Vltavy, který kolem mne v krátkých intervalech provokativně svištěl a ponoukal mne k vnitřnímu monologu samé se sebou. Užívala jsem si svého já, jež mohlo důstojně čelit k nadcházejícímu jednání. Bylo to krásné.

Uvědomila jsem si ryzost okamžiku. Stává se výjimečně, aby mi srdce velkoměsta nabídlo svou náruč bez poznámek, vrážení chodců navzájem do sebe, beze slov, která nemusím, bez vrčení, které prudí a vyvolává agresi na

druhém břehu. Ejhle, ta chvíle přišla. Zrovna teď. Čím jsem si ji zasloužila, to věru nevím. Možná osud odhadl, že je potřeba mne zbrzdit. Možná mi chtěl ukázat, že místo sledování digitálních hodnot všeho možného je třeba zastavit sebe i čas. Možná se rozhodl přidat do mých kroků časomíru z úplně jiné planety. Možná mě směřoval k tomu, abych si užila neplánované volno jen tak. Abych okusila slast neznáma, sladkou vášeň k životu pod pseudonymem lelkování.



Netuším, jestli mi rozumíte. Jsem člověk, který žije adrenalinově. Ačkoli nesportuji, nehoním se za výsledky a nestojím o to být nejlepší. Ale baví mne spěchat. Dělat několik věcí najednou, hnát se dopředu, snít rychle a sprádat stále nějaké plány. Malé, velké, a hlavně ty maličké, droboučké, titěrné, které koření naše jsoucnou. Když už to není spojeno s mojí profesí, promítám si v hlavě, kolik toho dnes a zítra

zmáknou na zahradě, jestli si dojdou ke kadeřníkovi nebo jestli umyjí doma okna, zda a o čem napíšu kámoškám e-mail, kdy co uvařím a upeču, co je třeba nakoupit, jakou rekonstrukci upřednostnit... A jestli stihnu začít plést nový extravagantní svetr, když mám před sebou noc jahodových marmelád. Zaměstnávám svoji mysl stále, jen tak lelkovat holt neumím. Takže vlastně pořád nestíhám. Přiznávám, nedokážu sázet na priority. Důležité je pro mne vše, všechno si je rovno. A jak se tak naschvál ženu životem, často netuším, kolik toho míjím a co báječného mi to míjení mohlo poskytnout.

Ale každá z nás to má nastaveno jinak. Někdo se uklidní klábosením se sousedkou, jiný v divadle, další na výstavě šperků. Hodně z nás se dalo na dráhu meditace, jogínského cvičení nebo nabírá síly v lázních. Pro mne je to moc pomalé tempo. Nicnedělání mne ničí, dupe po mém hřbetě, nemáme se rádi.

Po dnešní zkušenosti ale přiznávám, že to může být i jinak. Patrně jsem se odvážila uvědomit si, že čtvrt hodinka na Národní otevřela mé mysli ono kouzlo ničeho. Nedělo se nic, nemusela jsem nic, nic mě nehralo a nic se nenabízelo. Kolem mne plulo milé nic a vtáhlo mne do emocí prosluněného pozdního rána. Vnímala jsem rozvázné kroky anonymity, jež mne přivedly k pochopení prostoru, který patří i mně. I za to díky, vesmíre.

Eva Brixí



Vážené a milé čtenářky, ale také čtenáři, rádi bychom vám na tomto místě jednou za dva měsíce nabídli článek o tom, jak dát do pořádku vlastní kondici, jak se cítit lépe, jak pomocí zkušeností a poznatků napravit, co je třeba, když se cítíme pod velkým tlakem, unavení, vyhořelí, neschopní normálně fungovat. Většina z nás taková období v životě zažíváme již skoro běžně a většina z nás ví, že v takových případech je potřeba něco se sebou udělat. Není nad dobrou radu. Třetí díl seriálu jste si mohli přečíst v květnovém vydání, rovněž na straně 19, najdete ho i v PDF tohoto čísla na www.madambusiness.cz. I tento, již 4. díl, vám může být podnětem k tomu, abyste začali řešit to, co vás rmoutí, oslabuje, přidělavá starosti. A kdy začít se změnou? Hned!



Celková dlouhodobá únava a jak je možné se z ní dostat

Psychodynamický koučink je zaměřený na vnitřní procesy člověka a na jeho prožitky ve vztahu k sobě samému. Během terapie kouč pomáhá klientovi najít jeho neprospěšná přesvědčení, převzatá nastavení a různá očekávání. Pomocí technik Psychodynamického koučinku je možné řešit podvědomé vnitřní konflikty jedince, který se pak stává vyrovnanější, sebejistější, snáze se rozhoduje, je méně zranitelný vůči změnám, více si důvěřuje a zná svou vlastní hodnotu.

Marie, žena ve středním věku, požádala o terapii na doporučení naší společné kamarádky Hanky, se kterou jsme úspěšně léčily pomocí technik Psychodynamického koučinku její syndrom vyhoření, s tím, že sama trpí celkovou dlouhodobou únavou, cítí se totálně vyčerpaná, už nemá sílu prostě na nic. I přesto, že by chtěla svou situaci zlepšit, sama se nedokáže pohnout z místa a něco změnit. A uvědomila si, že se neobejde bez pomoci kouče.

Přes dvacet let pracuje v jedné účetní kanceláři a její kolegyně si za tu dobu zvykly, že se na ni mohou kdykoliv obrátit. Marie ochotně a ráda poradí, pomůže, případně udělá práci za ně, aby se dodržely dané termíny. Přitom se v kanceláři cítí jako nedocenený inventář, který je jednodu-

še po ruce všem a kdykoliv si kdo řekne. Marie, citlivá sama k sobě, vnímá, že potřebuje změnu, a ráda by začala něco nového. Současně si uvědomuje, že je s tím spojená nová aktivita, které se raději vyhne tím, že se jde projít do blízkého lesa. V lese načerpá novou energii, její únava dočasně poleví a najednou se cítí lépe. I tak ale v noci špatně spí a v hlavě si neustále přehrává všechno, co měla udělat a neudělala, co všechno ještě musí udělat... A tak, nevyspaná, ráno zase jde do stejné kanceláře mezi stejné kolegyně. Přistoupily jsme tedy k terapii a začaly explorací, dotazováním, o co tady vlastně jde, zda o samotnou únavu, nebo o to, chtít něco začít... Únava ukazuje buď na nějakou nemoc, nebo jde o symptom nějaké nemoci. Zeptala jsem se: „Marie, když se únava vyřeší, o co tady pak půjde? Chceš něco začít, nebo nemůžeš, co je pro tebe důležitější? Únava či to, že nemůžeš něco začít, protože je tady únava, nebo to, že chceš něco začít?“ Marie odpověděla: „Důležitější je to, že chci něco začít.“

Tím jsme pojmenovaly konflikt, se kterým Marie přišla: Chci něco začít. Tomuto konfliktu Marie přiřadila hodnotu: Nová a emoci: Strach a úzkost. Tak jsme přistoupily k technice Logické úrovně změny, která tím, že přeprogramová samotnou DNA, může být Marii nejvíce ku prospěchu.

Při zpětném chodu techniky Logické úrovně změny jsem se ptala, zda jsou jednotlivé kroky pro Marii Logicky Ekologicky Pozitivně Zdravé. Vzhledem k tomu, že její odpověď ve všech úrovních zněla ano, jsme přistoupily k otázkám na její původní emoci, hodnotu a konflikt. A i zde následovala otázka, zda je to pro Marii lepší. I nyní Marie vždy odpověděla, že ano.

Původní emoci strach a úzkost jsme přepsaly na začátek odvahy, původní hodnotu nová jsme přepsaly na rovnání a původní konflikt na cestu. Nyní jsem se ptala, zda je to pro Marii zdravé. Je zde stupnice 0–10, kde 0 je Konflikt, se kterým Marie přišla, a 10 je Zdraví. Marie cítila 10, čímž jsme řešení daného problému uzavřely. Marie vypadala uvolněně a odhodlaně, jako by najednou věděla, co má dělat, jaké další kroky ve svém životě podnikne.

V případech, kdy toto nestačí, vnírá kouč další techniky psychodynamického koučinku s cílem dospět ke kladné odpovědi. Podobně je to se stupnicí 0–10. I posun o pár stupníků znamená velké uvědomění a nastartování léčení na podvědomé úrovni.

Jana Spitzkopfová
www.zivotsdusitefeso.cz
 (pokračování seriálu v zářijovém vydání
 Madam Business)

Prodeje produktů péče o tělo stoupají o desítky procent

Elektronická zařízení pomáhající s péčí o tělo se i díky zdražování služeb rychle zabydlují v českých domácnostech. Podle dat maloobchodního prodejce DATART v prvním čtvrtletí oproti minulému roku výrazně stouply prodeje napříč celým tímto segmentem. O pětinu větší zájem měli Češi o holicí strojky nebo epilátory, prodeje masážních přístrojů stouply skoro o čtvrtinu.

V posledních letech se Českem prohnala všudypřítomná inflace. Nejčastěji se v této souvislosti mluví o zdražování potravin, energií či bydlení. Spolu s nimi však nezanedbatelně stouply i ceny služeb – třeba v oblasti péče o tělo. Některé profese, jako jsou kadeřníci ne-

bo holiči, navíc přinutila k dalšímu zdražení úprava zdanění jejich služeb. Právě růst cen služeb může být jedním z důvodů, proč Češi více vyhledávají produkty péče o tělo a zdraví, díky kterým mohou na návštěvách u holiče, kosmetičky, nebo například u maséra ušetřit. Podle dat maloobchodního prodejce elektroniky DATART v prvním čtvrtletí meziročně stouply prodeje holicích strojků o 21 %, zájem o masážní přístroje vzrostl skoro o čtvrtinu (23 %).

„Popularitu těchto produktových kategorií mezi našimi zákazníky dozajista ovlivňuje nárůst cen v oblasti služeb. Ještě více se tak stupňuje tempo růstu prodeje produktů péče o tělo a zdraví, který mezi Čechy už delší dobu

pozorujeme. U mnohých z nich letos evidujeme meziroční nárůst o desítky procent,“ komentoval stoupající poptávku Pavel Janů, produktový manažer DATART.

Dále tak kupříkladu pokračuje vytrvalý růst prodeje elektrických zubních kartáčků, o které se dnes spotřebitelé v rámci tohoto segmentu zajímají vůbec nejvíce. Jen letos stouply o desetinu. Neustále se navíc objevují nové produktové kategorie, které lidem péči o tělo dále usnadňují. Jednou takovou jsou třeba laserové epilátory, které dnes podle Pavla Janů zažívají obrovský boom. Jejich prodeje v prvním čtvrtletí meziročně vzrostly o 48 %. Výrazně nahoru jdou i prodeje dalších přístrojů specificky určených pro péči o pleť. (tz)

RECEPT NA DOKONALÝ BURGER MÁTE VY



MY VŠECHNO OSTATNÍ

Více zde



makro

VÁŠ ÚSPĚCH JE NÁŠ CÍL