

Madam[®] BUSINESS

PROSPERITA

leden 2025

Zima v Praze

Eva Brixí

Nebe píše verše v sněhu
Krajky vloček rozdávají
Zkřehlou něhu
Přinášejí povzbudivé vzkazy
Za oknem si kreslí cosi
Namodralé mrazy
Pokukují nevěřičně kosi
Sáňky šustí
V stopě přesné
Bílé plátno na zemi
Chytá lelky
Do kabelky
Když mě líbáš
Na přejezdu
Nespustili závory
Podvečer si hlídá
Světodějně rozpory
Moje srdce provokuje
Tvoje ego poskakuje
Vážné chvíli navzdory
Už se stmívá
Měsíc zpívá
Svým milencům koledu
Mraky odcházejí spát
Dobrou noc mi dát
Aby se mi přání nesplněná
Zase mohla zdát

Bohuslava Šenkýřová

Splnila jsem si svůj sen
rozhovor na stranách 10–11

náš tip

Doubleshot uvedl na český trh výběrovou kávu v sáčku

Doubleshot, česká pražírna výběrové kávy, představila novinku – sáčkovou kávu. Jde o jedinečnou kombinaci výběrové kávy a jednoduché přípravy. Můžete si dopřát skvělý a voňavý filtr, i když u sebe zrovna nemáte potřebné vybavení. Sáček stačí jen zalít horkou vodou a vychutnáte si špičkový šálek filtrované kávy kdykoliv a kdekoliv. Každý sáček obsahuje 13 g směsi Flirt, skládající se aktuálně z káv z etiopského závodu Bule Hora a kostarické farmy Macho. Směs káv je chuťově vyrovnaná a již v prvním doušku ucítíte krémové tělo, sladkost medu a čokolády s jemnými tóny sušených meruněk. Je to skvělá nenáročná káva, která sedne snad každému.

(tz)



Když darujete olivový olej, darujete zdraví

Olivový olej je takový malý, ale vlastně i velký, zázrak. Nejen že pokrmům dodává následnou přidanou hodnotu v podobě jedinečné chuti, má rovněž mnoho zdravotních benefitů. Stále častěji bývá i krásným dárkem, a to nejen osobním, ale i firemním. Špičkově vybudovaný unikátní e-shop olivum.cz na prodej nejen olivových olejů, ale i jiných dobrot, založila Ing. Dagmar Kublová před pěti lety. Od té doby nasbírala mnoho rozmanitých zkušeností, které posunuly její nápady, čínorodost, houževnatost i nadšení k výsledkům, jež dávají jejím aktivitám další rozměr. Dobrá energie vložená do podnikání přináší možnosti, příležitosti, nečekané výzvy.



Ing. Dagmar Kublová

Olivové oleje se těší stále větší pozornosti i v Čechách. Proč tomu tak je?

Myslím, že lidé v posledních letech pochopili, že o zdraví je potřeba pečovat. Je to jen a jen naše zodpovědnost, nikoliv lékařů či farmaceutických firem. Pod vlivem stresu, tlaku společnosti a tempa života dnešní doby jsme se odpojili od svého vnitřního hlasu, vnímání skutečných potřeb svého fyzického těla i duše, a to nám způsobuje řadu zdravotních potíží. Lidé postupně zjišťují, že západní medicína za ně nevyřeší vše a že každá tabletky, která vznikla v laboratoři, má řadu nežádoucích účinků. I proto hledají přírodní cestu, jak se zdravotních problémů ven, nebo se jim díky

prevenci úplně vyhnout. A v tomto případě může být olivový olej skvělým partákem.

Přiklání se k jejich konzumaci lidé spíše proto, že je to celosvětový trend, nebo proto, že jim chutnají, či z důvodů jejich zdravotních benefitů?

Olivový olej je jednoznačně superpotravina s úžasným benefitem pro tělo, mysl i duši. Je to 100% olivová šťáva, čistě přírodní produkt, který má téměř holistický rozměr. Na úrovni těla podporuje srdce a celý kardiovaskulární systém, reguluje krevní tlak i hladinu cholesterolu, harmonizuje trávení, a tím posiluje imunitní systém, snižuje riziko cukrovky 2. typu,

je protizánětlivý, bojuje proti předčasnému stárnutí pokožky a vnitřních orgánů díky anti-oxidantům (polyfenolům), které pomáhají předcházet poškození buněk způsobenému volnými radikály, je prevencí proti rakovině, podporuje zdraví kostí, prospívá pokožce, nehtům a vlasům. Na úrovni mysli podporuje zdraví mozku a jeho kognitivní funkce, pomáhá předcházet mozkové mrtvici, chrání nervový systém, snižuje riziko deprese a je schopen oddálit progresi Alzheimerovy choroby. A jak prospívá naší duši? Olivový olej má úžasnou schopnost sblížovat lidi, otevírat srdce a probouzet jejich smysly a emoce. Přináší potěšení z jedinečných vůní a chutí, uvolněné vzpomínky a radost z objevování něčeho nového.

Naši zákazníci olivový olej vnímají jako pochutinu, která dokáže i z relativně jednoduchého pokrmu vykouzlit gurmánskou specialitu, ale také jako cennou medicínu, která podpoří jejich zdraví.

Pamatujete si, kdy jste sama okusila poprvé olivový olej?

Ano, bylo mi devět a byla jsem poprvé s rodiči u moře v Jugoslávii. Bydleli jsme u rodinného přítele Baldo Sjekavici, který si jako správný Jugoslavec lisoval svůj olivový olej. Tehdy mi vůbec nechutnal!

Před pár lety jste založila unikátní e-shop s nabídkou prvotřídních olivových olejů a dalších specialit. Poptávka je mimořádná. Musí vás to naplňovat obrovskou radostí...

To ano, je to splněný sen a jsem za to velmi vděčná. Na druhou stranu, každá mince má dvě strany a každý den neplujeme na růžovém obláčku. Tam, kde je firma OLIVUM dnes, je vykoupeno tvrdou dřinou a spoustou energie. Svět olivového oleje funguje jako každý jiný business. Uvedení nového produktu na český trh je někdy otázka i několika měsíců, než se vše odladí. Jsem perfekcionista, a tak pokud má daný olivový olej nějaké nedostatky, co do chuti, aroma nebo designu balení, jdu raději od toho. Mým cílem je přivážet na český trh jen top kvalitu v krásném designu.

Olivový olej je jednoznačně superpotravina s úžasným benefitem pro tělo, mysl i duši. Je to 100% olivová šťáva, čistě přírodní produkt, který má téměř holistický rozměr.



Ostatně jaký byl rok 2024?

Rok 2024 byl skvělý a neuvěřitelně náročný, osobně i pracovně. Opět byl hodně o cestování, protože bez toho to nejde. Pravidelně se jezdím vzdělávat na EVOO Masterclass a Tasting Panel v Brescii, navštěvuji veletrhy, degustační akce a objíždím olivové farmy, ty stávající nebo hledám nové, které budou zapadat do našeho konceptu. Pracovně byl rok 2024 uzavřený v Římě, kde 15. prosince proběhlo vyhlášení těch nejlepších výrobců olivového oleje v rámci představení průvodce světem olivových olejů FLOS OLEI 2025. K mému velkému překvapení jsem v závěru akce převzala cenu FLOS OLEI jako jeden z nejlepších importérů roku. Když jsem na této akci byla poprvé před pěti lety, tak mě něco takového ani ve snu nenapadlo. Konec roku se tedy nesl nejen na vlně bilancování, ale především pocitů dojetí a vděčnosti.

Oč byl největší zájem ze stran firem? A obdávají i v průběhu roku, nebo se spíše zájem koncentruje před Vánoce?

V nabídce máme nejen olivové oleje v lahvích, plechu nebo bag-in-box, ale také v dárkovém balení. O ta je velký zájem právě ze strany firem, a to jak v průběhu roku, tak hlavně o Vánocích. Olivový olej je originální a zdravý dárek, který díky jedinečnému balení může být velmi luxusní. Když darujete olivový olej, darujete zdraví!

Budete paletu olejů rozšiřovat?

V těchto dnech postupně naskladňujeme novou sklizeň 2024/25. Nabídku rozšiřujeme

Olivový olej má úžasnou schopnost sblížovat lidi, otevírat srdce a probouzet jejich smysly a emoce. Přináší potěšení z jedinečných vůní a chutí, uvolněné vzpomínky a radost z objevování něčeho nového.

průběžně, a to nejen co do olivových odrůd, kupází, ale také co do zemí. Tento rok bychom rádi přidali také tekuté zlato z Portugalska, Turecka, Tunisu a JAR. Otázka zní, zda v těchto zemích najdeme odpovídající kvalitu. Zákazníci se mají ale určitě na co těšit.

Stačí světová produkce požadavkům spotřebitelů? Vysazují se další olivové háje?

Kategorie prémiových olivových olejů je relativně mladá. Na prémiovou kvalitu se výrobci začali orientovat teprve před 10–12 lety. Obecně se spotřeba olivového oleje v posledních deseti letech téměř zdvojnásobila. V rámci Evropské unie je největším výrobcem Španělsko. Není divu. Když jedete z Madridu do Jaénu, jsou olivovníky všude kolem vás.

V regionu Jaén je jich více než 64 milionů. Itálie je zase nejpestřejší z hlediska chutí olivového oleje. Najdete tady největší rozmanitost olivových odrůd (až 540 z celkového počtu 1300). I přesto, že olivové háje pokrývají velkou část území ve Středomoří, mluvíme-li o Evropě, farmáři stále vysazují nové olivové háje pro své děti a vnoučata. Je to jakási tradice.

Obdivuji láhve, v nichž se oleje prodávají, často jsou to krásné designové kousky z limitovaných edicí. Existují i sběratelé těchto lahvíček a obalů?

Když jsem začala pomalu pronikat do světa prémiových olivových olejů, byla jsem překvapená, jaké nádherné designové láhve se nabízejí. Na designu lahví a etiket s výrobcí často spolupracují ti nejlepší marketingoví specialisté a designéři. Olivové farmy vlastně vybírají i podle designu lahví tak, aby si u nás přišel

na své opravdu každý. Vzhledem k tomu, že nás neustále oslovují nějaké farmy a zasílají vzorky k degustaci, mám v kuchyni pěknou řádku různých lahví, takže jsem i já sama vlastně taková sběratelka...

Uvažovala jste o tom, že byste některé z dodávajících firem navrhla své vlastní obaly-láhve, určené pouze pro český trh? Mohla by to být taková malá umělecká díla nejen do kuchyně...

S jednotlivými farmami spolupracujeme velmi úzce a většinou jsou velice otevřené našim návrhům na základě poptávky českého trhu. Již před dvěma lety jsme společně s majitelkou farmy Nobleza del Sur navrhly krásné designové balení mini lahvíček olivového oleje. Není to ale jen o hezkém kabátku. Minulý rok jsme se s farmou Casa del Tempo Ritrovato od Lago di Garda dohodli na přípravě speciální olivové kupáže určené pouze pro český trh. Přece jen už mám trochu navnímáno, jaké chutě lidé v Česku preferují. Z tohoto nápadu vznikl naprosto famózní olivový olej, ze kterého byli zákazníci nadšeni.

Dají se v zahraničí koupit olivové oleje i v lékárnách jako doplněk stravy, jako něco, co lidem vylepšuje kondici?

Abych pravdu řekla, v zahraničí jsem v lékárně olivový olej zatím nehledala. Víím, že některé farmy se o to snažily, ale bohužel veškeré laboratorní zkoušky a garance jsou natolik finančně nákladné, že to malým rodinným farmám, se kterými spolupracujeme, nedává ekonomický smysl. Navíc, naši farmáři mají každoročně k dispozici jen omezené množství oleje, a tak se třeba v loňském roce stalo, že už v červnu byly nerezové depozity na některých farmách prázdné. Je to zkrátka příroda, a tak nikdy nevíme, kolik se ten rok urodí a jaká bude kvalita.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí



Pro úspěšných 365 dní

Už dokážete říci, jaký byl váš začátek roku 2025? Byl plný vzpomínek, byl nostalgický? Úsměvný, veselý, příjemný, poslem dobrých zpráv? Dali jste si hodně předsevzetí? A splníte je? Toť otázka. Ale znám to. Člověk by toho tolik chtěl, tolik si toho přeje, rád plánuje a s chutí se dívá do budoucnosti. Je to možná i proto, že potřebuje k radosti jistotu, mít se oč opřít, i kdyby to občas byla jen iluze. Pomáhá mu mít vedle sebe pohádku s dobrým koncem, protože ta uklidňuje, dává naději, pobízí ke konání správných skutků. Proč si ji tedy odírat? Přeji vám všem, čtenářkám a čtenářům, aby dalších 365 dní bylo krásných, úspěšných a ojedinelých.

Eva Brixi, šéfredaktorka



Tip Grady

Takoví jsme byli Michaela Zindelová



Jak jsme žili v šedesátkách? Jak jsme se oblékali v sedmdesátkách a kdo byly naše idoly v osmdesátkách? Móda a životní styl optikou nynější pamětnice, tehdejší studentky, později módní redaktorky, autorky a sběratelky času. Kniha plná unikátních fotografií je určená všem, kteří mají chuť se ohlížet. Stojí rozkročená mezi módou, životním stylem a kulturou, balancuje na hraně mezi amatérskou rovinou a populárně naučnou literaturou.

partneři www.madambusiness.cz

hlavní partner:



partneři:



Prosperita Madam Business

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 19, leden 2025

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 Rožníčková

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.



Co oceňujete na chování muže v roli šéfa?

prof. Ing. Růžena Petříková, CSc.
Rada kvality ČR
členka, vysokoškolský pedagog

Ve svém profesním životě jsem dostala, možná jako málokdo, unikátní šanci „zažít“ obojí. Jako ředitelka úspěšné vzdělávací organizace jsem současně jako vysokoškolský pedagog pracovala na katedře významné univerzity pod vedením šéfa-muže. Muže, kterého jsem si od prvního setkání nesmírně vážila a byl pro mě téměř 30 let mimořádnou autoritou, kterou ostatně zůstal dodnes. A čeho jsem si na něm cenila nejvíce? Byl by to vpravdě dlouhý výčet, nicméně se pokusím zmínit to podstatné, co postupně ovlivnilo a formovalo i můj vlastní způsob vedení lidí, byť byl samozřejmě občas mixovaný těmi ryze ženskými prvky. U pana profesora jsem si, vedle jeho znalostní vybavenosti, teoretické a praktické fundovanosti, cenila zejména jeho mimořádné laskavosti, empatie, skromnosti, pracovitosti, odpovědnosti a zaujetí pro věc. Říká se, že společnost je obrazem svého šéfa, jeho úsilí, a zde to platilo beze zbytku. Pan profesor na katedře vždy udržoval, já bych to nazvala „prostředí dobré nálady a tvořivého neklidu“, dovedl nám kdykoliv naslouchat, následně poradit, a poskytoval tak trvalý prostor k výměně názorů, což je v pedagogickém procesu významným faktorem. Kdybych měla stručně nazvat jeho styl vedení lidí, označila bych ho slovy velkého podnikatele Tomáše Bati – vedení „po lidsku“.



Líbí se vám ve společnosti více žena v sukni, šatech, nebo kalhotách?

Ing. Zdeněk Juračka
Asociace českého tradičního obchodu
čestný předseda

Žena pěkná či na první pohled méně má být ozdobou společnosti. Většinou nebývá podstatné, co má na sobě, ale co v sobě skrývá. Já osobně přiznávám, že z hlediska vnějšího dojmu mne vždy, a nejen za mlada, přitahovaly ženy s výstavními nohama. Čili v oblečení, díky němuž jsou tyto vnady vidět. To mi zůstalo i do pozdního věku, i když čím dál více ocením to, co se ukrývá v její duši.



Informace do kabelky

Šunkový chlebiček

Šunkový chlebiček má jako svůj nejoblíbenější 47 % Čechů, česnekovou pomazánku pak má na prvním místě 42 % respondentů. Vyplývá to z průzkumu Instant Research společnosti BILLA. Šunkový, se salátem a vejcem natvrdo a s česnekovou pomazánkou, to jsou tři nejoblíbenější druhy chlebičků podle předsilvestrovského průzkumu společnosti BILLA. „Říká se, že chlebičky jsou česká specialita, ale jejich historie sahá až hluboko do historie, kdy se chleba používal jako jedlý podtácek pro servírování jiných potravin. Obdobné studené obložené chleby jsou oblíbené v řadě zemí, například Německu, Holandsku, Rakousku, Polsku nebo ve Francii. Údajně za vznikem tohoto druhu pokrmu stojí Napoleon Bonaparte, který kvůli úspoře času dával přednost studené kuchyni. U nás chlebičky zpopularizoval Jan Paukert, jenž měl proslulé lahůdkářství na Národní třídě v Praze, na počátku minulého století. Málokoho pak asi překvapí, že u nás je nejoblíbenějším chlebičkem se šunkou,“ potvrdila Dana Bratánková, vedoucí korporátní komunikace a Public Affairs. (tz)

Ženy v Česku vlastní téměř 16 % firem

V podnikání mají muži stále výrazně vyšší vliv než ženy. Ačkoliv počet žen – majitelek firem dlouhodobě, ale velmi pozvolna roste, podíl jimi ovládaných společností v rámci podnikatelské základny se blíží k 16 %. Společnosti, jejichž majoritním vlastníkem je muž, zpravidla vykazují vyšší tržby ve srovnání se subjekty, které kontrolují ženy. Ženy častěji podnikají v oblasti zdravotnictví nebo vzdělávání, zatímco doménou mužů je stavebnictví, doprava a IT. Genderovou analýzu vlastníků tuzemských firem zveřejnila v prosinci poradenská společnost Dun & Bradstreet.

V ČR je aktuálně registrováno 575 165 společností s ručením omezeným a akciových společností. U 16 % z nich je majoritním vlastníkem žena, 57 % ovládá muž a ve 27 % právnická osoba většinového majitele nemá nebo je v rukou jiné právnické osoby. „Podíl firem, které vlastní žena, je v ČR stále velmi nízký, nicméně se kontinuálně pomalým tempem zvyšuje. Ke konci roku 2022 ženy kontrolovaly 85 906 firem a aktuálně to je 91 133,“ sdělila obchodní ředitelka Dun & Bradstreet Kateřina Klosová s tím, že v sousedním Slovensku ženy kontrolují 18 % firem. Největší, zhruba pětínové zastoupení žen, jako majoritních majitelek českých firem, je u subjektů s ročními tržbami do pěti milionů korun. Od hranice tržeb pět milionů korun zastoupení ženských firem prudce klesá. Naopak v případě mužských společností, v rámci populace tuzemských firem, víc než polovinu z nich ovládají muži až do ročních tržeb 200 milionů



korun. Společnosti, které vykazují vyšší tržby, jsou nejčastěji v rukou jiné právnické osoby. „Obecně však platí, čím jsou tržby společnosti vyšší, tím je v rámci podnikatelské základny

nižší podíl ženských firem,“ doplnila Kateřina Klosová s tím, že u firem s tržbami přesahujícími jednu miliardu korun je jejich podíl na hranici 1 %. „Obdobný trend, avšak posunutý do vyšších hodnot, lze sledovat v případě subjektů, ve kterých je majoritním vlastníkem muž. Zastoupení mužských firem na podnikatelské základně roste až do objemu tržeb 30 milionů korun, s dalším zvyšováním tržeb jejich podíl klesá ve prospěch společností, jejichž majoritním vlastníkem je zpravidla jiná právnická osoba,“ dodala dále Kateřina Klosová. Ženy se nejčastěji soustředí na podnikání v oblasti zdravotní péče, vzdělávání a služeb. „I přesto, že mají v těchto oblastech podnikání ženy, ve srovnání se zbytkem oborů činnosti, silné zastoupení, v žádném segmentu nevlastní nadpoloviční počet společností,“ komentovala výsledky Kateřina Klosová. Naopak stavebnictví, informační a komunikační činnosti či doprava a skladování jsou sektory, kde jednoznačně převažují subjekty s mužskými vlastníky. (tz)

Majoritní vlastníci českých firem – genderové rozdělení

	s. r. o.	a. s.	celkem	podíl na celku
ženy	89 055	2078	91 133	15,84 %
muži	315 558	12 872	328 430	57,10 %
ostatní*	143 344	12 258	155 602	27,05 %
celkem	547 957	27 208	575 165	100,00 %

*subjekt je zpravidla majoritně vlastněn právnickou osobou nebo nemá majoritního vlastníka (např. 50 % muž a 50 % žena)

Top 3 nejčastějších oborů činnosti podle pohlaví majoritního vlastníka

obor činnosti – ženy	podíl	pořadí	obor činnosti – muži	podíl
Zdravotní a sociální péče	44,48 %	1.	Stavebnictví	71,92 %
Vzdělávání	32,64 %	2.	Doprava a skladování	64,30 %
Služby	31,55 %	3.	Informační a komunikační činnosti	64,15 %

zdroj: Dun & Bradstreet

V Lázních Lednice zkuste Dotek luxusu nebo Kleopatru



Ing. Petra Kalců

Každý rok je něčím jiný než ten předchozí. Čím se vyznačoval ten loňský v Lázních Lednice?

Loňský rok jsme v Perle zahájili rekonstrukcí pokojů v horním patře a výměnou za úspornější vybavení v gastro provozu. Chtěli jsme opět něco vylepšit. Jsem přesvědčena, že jsme udělali dobře. Nově zrekonstruované pokoje jsou mnohem útulnější a prosvětlené. Investovali jsme také do nových matrací, které jsme vyměnili kompletně v celém hotelu, a chodby v ubytovací části jsme vybavili novými koberci. Změnu zaznamenal i snídaňový servis, který je zase o něco lákavější a pestřejší. S ohledem na probíhající stavební práce jsme museli v prvních dvou měsících usměrňovat obsazenost, abychom zajistili pro naše klienty patřičný komfort. Postupně se vše rozběhlo a jarní měsíce jsme měli již opět plně vytižené. Nicméně léto bylo vloni slabší, než jsme zvyklí. Dle dostupných informací se však tento pokles projevil v průběhu letních měsíců téměř ve všech oblastech cestovního ruchu v rámci České republiky.

Byly to tedy spíše měsíce úspěšné?

Uplynulý rok nás stál hodně sil, ale nakonec i přes všechny komplikace se nám podařilo

Tak trochu zapomenout na vše, co se kolem nás děje, a jen si užívat pohody a klidu, to je přání nejedné ženy, která působí na vedoucí pozici firmy či organizace. Odpočinout si v prostředí, kde se nespěchá, kde nemusíte kontrolovat e-maily, kde se nadměru nepoužívá mobilní telefon a jen tak se zaposloucháte do vlastního ticha... Ano, jsou to lázně, které dnes neslouží jen k nápravě porouchaného zdraví, ale velmi často k prevenci neduhů, které by se mohly jednou dostavit. Do lázní se jezdí na dovolenou, pro dobrou energii a odpočinek, pro radost. Ing. Petra Kalců vede ty, které známe jako Lázně Lednice. Jaký byl pro ně rok 2024?

dosáhnout příznivých výsledků. Můžeme tedy i rok 2024 zařadit mezi ty úspěšné.

Vést lázně je asi práce protkaná optimizmem a radostí. Vidíte, jak se zlepšuje kondice hostů, jak lidem pomáháte...

Ano, je to velice příjemný pocit vidět usměvavé a spokojené klienty, kteří si chválí um našich terapeutů. Jsem velice ráda, že se mohu na svůj tým odborníků spolehnout, protože jsou nejen profesionálové ve svém oboru, ale dokážou pomoci i lidsky. Spokojení klienti jsou pro mě hnacím motorem. Neskutečně mě to nabíjí. V takových chvílích zapomenu na veškeré starosti, kterým denně čelím.

Určitě jste však i loni řešila zapeklité situace. Přibližte některou z nich?

Jako ředitelka lázní pracuji především s lidmi, a to jak se zaměstnanci, tak také s našimi hosty. Tato činnost si žádá velké nasazení a značnou dávku tolerance a empatie. Navíc provoz hotelu s téměř osmdesáti lůžky přináší zapeklité situace prakticky každý den. Nerada se však vracím ke složitým a nepříjemným okamžikům, které jsem již vyřešila. Snažím se myslet na to dobré, co se nám podařilo. Věřím, že vše, co se děje, ať už je to pozitivní, či negativní, má svůj důvod. Vnímám to tak, že každá komplikace se dá zvládnout a posouvá mě dál.

S jakým předsevzetím jste založila diář na rok 2025?

Předsevzetí si nedávám, a to ani v soukromém životě. Mám však přání, aby se lázním v letošním roce dařilo alespoň tak jako v tom předchozím. Chtěla bych, aby naši zaměstnanci dě-

lali svou práci s láskou a potěšením, protože jejich přístup pak ovlivňuje naše úspěchy. Naši snahou je zlepšit zdraví a kondici klientů, a to se bude dařit, pokud i zaměstnanci budou spokojeni. A já se pro jejich spokojenost budu snažit udělat maximum.

Máte zmapováno, proč se k vám samoplátcí vracejí, čím jsou okouzleni, nadšeni?

Lázeňský dům Perla je zasazen do překrásného prostředí Lednicko-valtického areálu, který patří k nejnavštěvovanějším místům v České republice. No a naše lázně k tomu přidaly léčbu jedinečným jodobromovým pramenem, který zlepšuje stav organismu a regeneruje tělo. Díky poloze na konci obce zde najdou návštěvníci klid a pohodu, a v kombinaci se skvělou péčí našich profesionálů a širokým výběrem procedur to vede k tomu, že máme již dlouholeté příznivce.

Podle jakých měřítek zařazujete novinky do programu péče o klienty?

Každý rok se snažíme zpestřit našim hostům jejich pobyty něčím novým. Ať už jde o procedury, nebo větší či menší úpravy v interiéru lázní, zájmovou gastronomii v kombinaci s lokálními produkty, nebo

kulturní akce. Pokud mají naši partneři zajímavý produkt, který se hodí do našeho provozu a byl by atraktivní i pro naše klienty, pak jej otestujeme, dopilujeme k dokonalosti, a následně jej zařadíme do nabídky. Někdy jde třeba jen o inovaci stávající procedury. Pro letošní rok uvažujeme o nové tělové proceduře, ale zatím se rozhodujeme mezi více variantami. Uvidíme, která se nám bude lépe zamlouvat. Počítám, že oficiální zavedení bude v průběhu května, kdy otevíráme lázeňskou sezónu.

Uplynulý rok nás stál hodně sil, ale nakonec i přes všechny komplikace se nám podařilo dosáhnout příznivých výsledků. Můžeme tedy i rok 2024 zařadit mezi ty úspěšné.

Je známo, že k vám rády jezdí kamarádky, ženy z businessu na relaxační víkendy. Můžete takové skupince třeba tří až pěti osob sestavit program na míru, včetně jídelníčku a pitného režimu?

Ano, ženy si velice rády dopřejí péči o své tělo, a tak máme i program vytvořený speciálně pro tento druh klientely. Jde buď o pobyt, například Dny pro krásu či Dotek luxusu, nebo o tzv. balíček denních lázní Zadáno pro ženy či Kleopatra. V rámci pobytů však neřešíme skladbu jídelníčku ani pitný režim. Nicméně poskytujeme snídaně formou švédských stolů, které jsme loni obohatili o různé oříšky, jogurty s chia semínky či zdravější pečivo. Obědy a večeře pak máme formou výběru ze tří menu. I v tomto případě zahrnujeme do našeho sortimentu zdravé pokrmy, jako jsou ryby, různé druhy salátů, grilovaná zelenina atd. Nápoje se pro klienty podávají v jídelně při snídaních či je možné



Jde buď o pobyt, například Dny pro krásu či Dotek luxusu, nebo o tzv. balíček denních lázní Zadáno pro ženy či Kleopatra.

si je objednat na baru. V rámci pobytu je v prostorách procedur zajištěn koutek, kde si mohou lidé dopřát vodu ochucenou citrónem či mátou a také ovoce. Tento koutek je hostům k dispozici zdarma.

Měly náležitou odezvu vánoční a silvestrovské pobyty? Pro koho byly určeny?

Povánoční a silvestrovské pobyty jsou u nás tradicí již od roku 2009 a výjimkou byly pouze covidové roky. Každoročně jsou tyto pobyty v délce tří nocí, klienti si užijí procedury, sváteční stravování a speciální program, kdy navštíví vinný sklípek s prohlídkou podzemí, degustací, rautem a cimbálovou muzikou. Součástí pobytu je rovněž návštěva zámku Lednice. Silvestrovský pobyt je ještě doplněn o večer s živou

hudbou. Tyto pobyty jsou mezi našimi klienty velmi oblíbené, i v tomto případě již máme stálou klientelu, která naše lázně ve svátečním čase opakovaně navštěvuje.

A překvapíte nás nějakou novinkou v blízké budoucnosti?

Jak jsem již naznačila, tentokrát počítáme se zavedením nové procedury, ale jaká to bude, si nechám s dovolením ještě pro sebe.

otázky připravila Eva Brixl



Naučila jsem se některé úkoly delegovat



Sylvia Šulíková



Sylvia Šulíková otevřela své kosmetické studio v Bratislavě v roce 2020. Od té doby buduje úspěšný brand. Loni se přestěhovala do nových prostor, a rozšířila i nabídku kosmetických služeb. Reprezentuje generaci podnikatelek, která dokáže využít sílu sociálních sítí. Zakládá si na individuálním přístupu v péči, v čemž jí

pomáhá i francouzská kosmetická značka GERnétic. V roce 2024 získala rovněž titul Česko-Slovenské Hvězdy Partnerských salonů GERnétic. A nás zajímal její recept na úspěch.

Myslíte si, že je na trhu v oblasti kosmetických služeb stále prostor pro inovace a unikátní služby, nebo je už zcela saturovaný?

Přestože konkurence není vůbec zanedbatelná, stále existují způsoby, jak se odlišit a zákazníkům přinést něco nového. Klienti v dnešní době mají rostoucí očekávání a jejich nároky se zvyšují. Vyhledávají služby, které jsou personalizované, přinášejí deklarované účinky a respektují jejich individuální potřeby. Trh te-

dy dává stále prostor pro jedinečné přístupy a inovace.

Sylvia Sulik Studio patří k Partnerským salonům GERnétic. Podělila byste se o své zkušenosti, které vedly k vynikajícím výsledkům?

Držím se několika principů, na nich můj úspěch stojí. Prvním z nich je kvalita a odbornost. Klientům ve studiu vždy poskytuji nej-

vyšší kvalitu služeb a dbám na to, abych se neustále vzdělávala v nejnovějších trendech a technikách. Neméně důležitý je individuální přístup, jak už jsem zmínila. Vnímám, že každý klient je jedinečný, jak jeho pokožka, tak přání, tak osobnost. Naslouchám tedy pečlivě potřebám každého z nich, důsledně analyzuji stav pleti a procedury přizpůsobuji na míru. Tento přístup mi pomáhá budovat důvěru a dlouhodobé vztahy.

Když se řekne úspěch, je to pro mě i kontinuální práce na sobě samé, ať už jde o odborné vzdělávání, sledování trendů, zlepšování služeb, vždy hledám nové možnosti, jak salon posunout dál. V neposlední řadě je ale ingrediencí úspěchu i láska k práci. Jsem přesvědčená, že klienti cítí, když svou práci děláte s vášní a radostí. Svou profesi vnímám nikoli jen jako povolání, ale také jako poslání – pomáhám lidem cítit se krásně a sebevědomě.

V roce 2024 jste získala titul absolutní vítězky soutěže Česko-Slovenská Hvězda Partnerských salonů GERnétic. Co to pro vás znamená?

Získání titulu je pro mne obrovskou poctou a zároveň potvrzením, že úsilí, které vkládám do svého salonu a klientů, má smysl. Tuto metu vnímám jako odměnu za roky odhodlání, učení se a neustálého posouvání hranic kvality. Je to rovněž závazek vůči mně samé, značce GERnétic, a hlavně mým zákazníkům, abych nepolevila a stále se snažila být lepší. Stejně tak je to důkaz, že pokud svou práci děláte srdcem a dáváte do ní maximum, úspěch vás nemine.

Váš salon nedávno změnil adresu. Jak dlouho jste nové prostory připravovala?

Přestěhovat se a připravit nové prostory bylo velkou výzvou, ale zároveň také příležitostí zvýšit kvalitu služeb. Zabralo to několik měsíců, protože jsem chtěla, aby změna prostředí dokonale odrážela filozofii mého salo-

Když se řekne úspěch, je to pro mě i kontinuální práce na sobě samé, ať už jde o odborné vzdělávání, sledování trendů, zlepšování služeb, vždy hledám nové možnosti, jak salon posunout dál. V neposlední řadě je ale ingrediencí úspěchu i láska k práci.

nu – tedy spojení komfortu, estetiky a profesionality.

Rozšiřovala jste společně s tím také rozsah služeb?

Přesně tak. Zaměřila jsem se na zavedení inovativních a komplexnějších služeb, které ještě lépe pokrývají potřeby mých klientů. Jedním z příkladů jsou mezoterapie neboli biomikroinjekce či nový unikátní přístroj Hydrafacial. A mimo to jsem rozšířila i nabídku wellness procedur, aby si návštěvníci mohli užít ucelenou péči o tělo i mysl. Díky nové adrese jsem mohla nové prostory přizpůsobit tak, aby měl každý klient maximální pohodlí a soukromí.

Jak se od roku 2020, kdy jste své pracoviště zakládala, změnila vaše role v něm?

Za tu dobu se moje role výrazně změnila a vyvinula. Zpočátku jsem byla vlastně děvče pro všechno. Od kosmetičky přes manažerku až po člověka, který řešil marketing, administrativu a organizaci. V tomto období jsem se vše musela naučit zvládat sama. Bylo to velmi náročné, ale zároveň mě to posílilo a dalo mi to pevné základy. Jak salon rostl, naučila jsem se některé úkoly delegovat, abych se mohla víc soustředit na to, co mě baví nejvíc – péče o klienty, odborný rozvoj. Dnes se zase víc zaměřuji na budování značky salonu, plánování strategie a udržování vysoké kvality služeb.

Daří se vám získávat nové zákazníky?

Ano. Velmi důležitá je pro to spokojenost současných klientů, kteří nás doporučují dále. Osobní reference jsou v tomto oboru stále jedním z nejsilnějších nástrojů, jak oslovit nové zájemce. Dalším důležitým prvkem je komunikace na sociálních sítích a pravidelná propa-



gace služeb. Snažím se, aby byl náš obsah ve stejné míře informativní jako inspirativní. Před nedávnem jsem zavedla možnost online rezervace, což je pro klienty příjemné a oceňuje to především mladší generace.

Hodně tedy sázíte na sociální sítě. Kolik času jim dnes věnujete?

Investuji do nich poměrně velké množství času, považují je za důležitý nástroj pro komunikaci a budování povědomí o salonu. Průměrně jim věnuji několik hodin týdně – vyžaduje to plánování i vlastní tvorbu obsahu, nápady. Každý týden se snažím vyhradit si čas na přípravu příspěvků. Ačkoli je to náročné, výsledky v podobě přílivu nových zákazníků, většího dosahu a posilování důvěryhodné značky stojí za to.

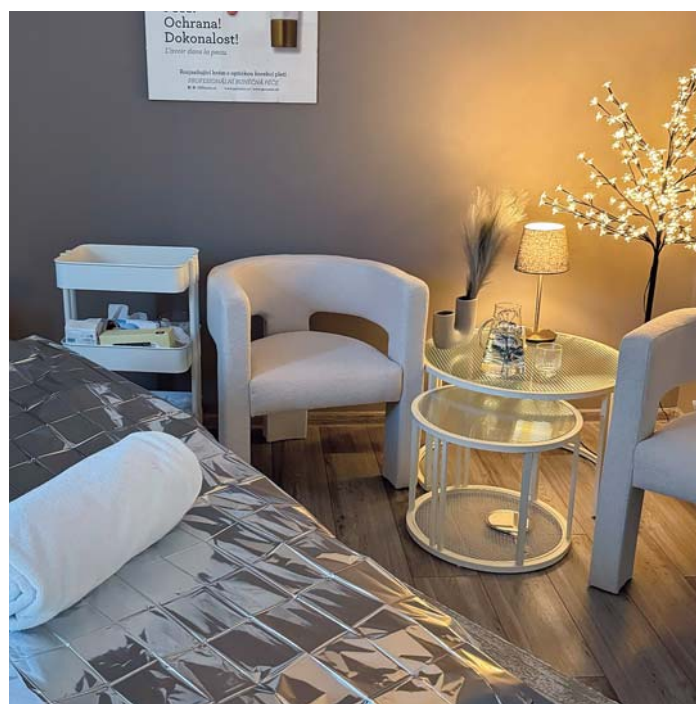
Myslíte si, že pro malé podnikatele jsou sociální sítě nástroj, kterému by se měli věnovat pravidelně? Na kterou se zaměřit?

Pro malé podnikatele jsou sociální sítě velmi silným nástrojem, který by měli využívat pravidelně. Umožňují jim komunikovat se zákazníky přímo, budovat povědomí o značce a přilákat nové klienty, aniž by museli vynaložit velké finanční prostředky.

A plány pro letošní rok?

Posílit značku Sylvia Sulik Studio jako místo, kde se klienti cítí výjimečně, dále neustále inovovat a přizpůsobovat se potřebám moderního trhu.

ptala se Kateřina Šimková



Splnila jsem si svůj sen

Energická a odvážná. Tvrdohlavá. Nevzdává se svých vizí, cílů, plánů, představ ani snů. Nikdy nechtěla všechno, ale hodně. Hodně dobrých věcí, skutků, činů. Takových, které dávaly smysl a předbíhaly dobu. Její nápady se leskly noblesou a sbíraly pocty díky nadčasovosti a chuti bořit neopodstatněné mýty. Bohuslava Šenkýřová, dnes již 19. rokem rektorka Vysoké školy finanční a správní, postavila se svými obětavými a náruživými kolegy úctyhodný projekt, který vytřel zrak leckterému věhlasnému konceptu. Dala duši originální soukromé vysoké škole a sehnala pro její vznik financování. Hrdinství? Kus vlastního života. Touha zavést na scénu cosi, co bude vybočovat, co dá českému školství nový náboj? Odvaha ukázat, že vzdělávat lze i jinak, než stanovují stereotypy? Že je nutné vycházet potřebám nového státu i rodícímu se podnikatelskému prostředí vstříc a vychovávat odborníky, kteří se posléze ujmou stěžejních pozic a stanou v roli manažerů nebo si založí své vlastní firmy?



Bohuslava Šenkýřová

Ano, to byl ten sen. Bohuslava Šenkýřová ho proměnila ve skutečnost. Stal se samozřejmostí, studenti se brzy jen hrnuli. Přibývaly zkušenosti a vysoká škola, posléze univerzita, se rozvíjela tempem, že nezbývalo moc času na odpočinek, protože nápad střídal zase jen nápad. Dobrá energie plodila energii ještě lepší a výsledky byly úchvatné. VŠFS se stala v oboru symbolem pokroku, inovativnosti, platformou dobré mysli, kreativním prostředím, které lákalo jak mládež, tak kantory. Vysoká škola finanční a správní loni oslavila 25 let na trhu. Je součástí Společenství škol,

kam patří mateřská a základní škola, i gymnázium. Bohuslava Šenkýřová může rekapitulovat, ale nerada se dívá zpět. Raději nastoluje další víze.

Proč vlastně vznikla Vysoká škola finanční a správní? A kdo ji takto pojmenoval?

Zákon z roku 1998 umožnil vznik soukromých vysokých škol. U VŠFS jsem od začátku. Název vznikl podle zaměření oborů a celý projekt, včetně názvu, byla moje práce spolu s prvním rektorem prof. Vladimírem Čechákem.

V řadě parametrů jste se hned od začátku odlišovali od ostatních, tedy státních škol, čím přesně? Myslím, že jste jako jediní také využili možností inzerce, abyste o sobě dali vědět...

Asi máte na mysli veřejné vysoké školy (státní je jen Policejní akademie a Univerzita obrany). VŠFS jako nová vysoká škola sice měla státní souhlas, ale potřebovala ke své existenci nabrat také studenty. Jako první „z donucení“ jsme přišli s marketingovou kampaní, neboť jsme nebyli uváděni v žádném seznamu vysokých škol.

Brzy byl o studium na VŠFS ale velký zájem. Čemu jste za něj vděčili?

Ano, hned v prvním roce 2000/2001 jsme přijali ke studiu asi 350 studentů. Důvodů bylo určitě víc – „hlad“ po vysokoškolském studiu (hlavně kombinovanou – dálkovou – formou), klientský přátelský vztah ke studentům, a samozřejmě zajímavé studijní obory a kvalitní akademický sbor.

Celou pětadvacetiletou historií školu provází, takřkajíc, chuť do života. Tedy dělat smysluplné a prospěšné věci, učit mladou, ale i tu starší, generaci žít s láskou ke vzdělání. Jaký je to pocit?

Je to radost! Potkávat naše absolventy, kterých je už přes 30 000, na zajímavých a významných pozicích. Radost a hrdost na to, že se ke škole hlásí, podporují nás v různých projektech, a někteří i na univerzitě pracují. Splnila jsem si svůj sen, třebaže to vůbec nebylo a není snadné.

Vy sama jste velmi činorodá osobnost, která se nevzdává svých snů a cílů. Každý nápad se snažíte dotáhnout do konce. Vzpomenete i na to, co se nepovedlo, a co vás tím spíš navedlo k dalšímu projektu, úspěchu?

Nepovedlo se toho víc, ale úspěšné projekty převažují. Nepodařilo se akreditovat například doktorské studium Podnikové finance, akreditovaný a podle mě velmi kvalitní obor Veřejné finance nenašel odezvu u studentů. Tak skončil. A jak by kvalitní absolventi byli dnes potřeba!

Není to tak dávno, co jste nastartovali směr studia pro čínské uchazeče, a jak se ukazuje, nebyl to jen pokus, ale začátek procesu, který se rozvíjí. Co chystáte v tomto směru nového?

Jsmo mezinárodní univerzita, na VŠFS studují studenti z více než 50 zemí světa. Mezi vy-



znamné spolupracující zahraniční univerzity patří City University of Seattle (jsme jejich pobočkou), mexická CETYS a čínská China Jiliang University, se kterou jsme otevřeli Konfuciov institut. Spolupráci směrem do zahraničí chceme rozhodně prohlubovat.

Dlouho jste usilovali o to, aby se škola stala univerzitou, a to se také podařilo. Ale nebylo to zrovna jednoduché, že? Co vám nejvíce vadilo, co tehdy překáželo vašim snahám? Byla to rivalita, závist, nepřejcnost?

Nemyslím. Hlavně ale jsme bojovali s akreditací doktorského studijního programu Finance. Splnit nároky Akreditační komise nebylo snadné. Původní představy byly, že soukromá vysoká škola nemůže akreditovat doktorské studium.

Procestovala jste doslova celý svět. Jak vidíte české školství ve srovnání s tím v dalších zemích?

Moc těžká otázka. Myslím, že srovnávat jen školské systémy úplně nejde. V každé zemi je svým způsobem specifický, vychází z nějaké historie, kultury a tradice. Myslím, že školství v ČR před 20 lety a dnes je také jiné. Bohužel, státní strategie ve svých plánech nebere v potaz existenci soukromých vysokých škol, které za uplynulá léta vykona-

ly výbornou práci bez nároku na jakékoli finance ze státního rozpočtu. Ušetřily mnoho miliard a do praxe vypustily spoustu kvalifi-



Jsmo mezinárodní univerzita, na VŠFS studují studenti z více než 50 zemí světa. Mezi významné spolupracující zahraniční univerzity patří City University of Seattle (jsme jejich pobočkou), mexická CETYS a čínská China Jiliang University, se kterou jsme otevřeli Konfuciov institut.

kovaných a úspěšných absolventů. V médiích se neustále uvádí, že v postižených regionech, jako je Karlovarsko a Mostecko, není žádná vysoká škola. Přitom řadu let tam má VŠFS svoje pobočky a vzdělává v nich každoročně několik set studentů. Ti ve většině případů po dokončení studia v regionu zůstávají.

Čemu jste se za dobu svých rektorských let naučila?

V pozici rektorky jsem již od roku 2006. Učím se stále, celý život a ráda. Od svých spolupracovníků i od studentů, se kterými často diskutuji, i od zahraničních a tuzemských partnerů. Velkou školou bylo členství v Executive Committee IAUP. Načerpala jsem ohromné zkušenosti a přesvědčila se, že se naše univerzita může s mnohými zahraničními srovnat. Nehrajeme si na Oxford!

Humor a nadhled jsou vaši přátelé. Pomáhají překonávat drobné starosti všedních dnů a hledat šťastné cesty. A co ještě?

„Nad nikým se nepovyšuj, před nikým se neponižuj.“ Snad i to, že člověk si musí věřit, makat, nepodvádět a nekrást (hahaha). A jít si za svým cílem i přes překážky.

A když byste mohla vrátit čas, udělala byste to? Vypadalo by Společenství škol, do jehož celku spadá i, nebo především, VŠFS, stejně jako dnes?

Tak to fakt nevím. Nemá cenu dívat se zpátky a pochybovat o tom, co jsem udělala. Nic jsem nedělala sama. Vždy jsem se snažila spolupracovat s výbornými odborníky. Jak se říká, jen áčka si vybírají áčka, béčka berou céčka. Možná nejsem áčko, ale nikdy jsem se nebála obklopit se talentovanějšími, vzdělanějšími a kvalifikovanějšími kolegy. Asi i proto jsme úspěšný tým. Ocenění za rok 2024 v Top 100 je toho také potvrzením.

otázky připravila Eva Brixl ■■■

Začátky devadesátek byly waltz oproti pozdějšímu kvapíku

Takoví jsme byli... To je název publikace, již vydal Nakladatelský dům GRADA koncem loňského roku. Přináší zrcadlo módy a životního stylu 60.–80. let minulého století. Jaká to tedy byla doba? Pro generaci autorky Michaely Zindelové určitě v mnohém krásná a povzbudivá, která dala Čechům řadu neskutečných talentů i přesto, že originalita myšlení a konání, osvědčené názory i touha po svobodě, již mnozí z nás chápali až příliš jednostranně, nebyly v kurzu.



Michaela Zindelová

foto Monika Navrátilová

Když jsem knihou listovala, vrátila jsem se s chutí i jistou nostalgií k létům, která i pro mne byla v mnohém objevná. Hltala jsem jména módních tvůrců, šila podle jejich návrhů či fotek v časopise Žena a móda, utápěla jsem se ve snech, že i já si budu jednou sama navrhovat avantgardní oděvy, kombinovat materiály, vymýšlet roztodivné, ale hlavně provokující kreace. Za jednu z nich mě málem vyloučili z fakulty žurnalistiky, když ji nemohla přenést přes srdce tehdy vysoce postavená soudružka v Československé televizi, kde jsem praktikovala a odvážně a nekonvenčně jsem se oblékala, třeba do pytle od sóji ze zámoří, který jsem opatřila pouze krajkovými ramínky... Když jsem se po skončení studia završeného doktorátem chtěla ještě vyučit švadlenou nebo dámskou krejčovou, byla to údajně vzpoura proti systému a nepochodila jsem, byla jsem rebel, který si zasloužil náležité potrestání. Ostatně ani legislativa neumožňovala, abych se oficiálně naučila ještě řemeslu, o němž jsem tolik stála. Při listování zmíněnou knížkou jsem zavzpomínala na úžasně a kvalitní textilní ma-

teriály, látky, příze, krajky, z nichž se dalo skutečně kouzlit. Mnohé z šatů, které jsme s maminkou na šlapacím šicím stroji vyráběly, mám dodnes, a stále si myslím, že do nich náležitě zhubnu a přenesu se do nádherných dob studentských a svádívých...

Michaela Zindelová, která v tom čase žila v centru módního a kulturního dění, jsem ale položila spíše otázky přecházející do let devadesátých. To proto, že v nich se na scénu dostaly výrazné osobnosti ekonomiky, zrodil se novodobý podnikatelsko-manažerský stav, slovo dostali výjimeční lidé, kteří začali tvořit další etapu naší současnosti. Samozřejmě ovlivňovali i módu, kulturu, umění... A mezi nimi se pohybovala i ona. Jaká tedy byla devadesátá léta? Podle mne plná vášně a touhy být u toho, dělat něco jinak a po svém, dát průchod podnikavosti a tvořivému duchu, který po sametové revoluci rozepjal svá křídla napříč republikou. Byla to doba plná úspěchů, doba opojná, již však ne každý stačil vlastními hodnotami, které se vrtkavě dokázaly zhoupnout do

úplně jiných rovin... A jaké bylo toto období podle Michaely Zindelové?

Jací jsme byli v krásných devadesátkách? Šťastnější než dnes? Dají se dvě období vůbec srovnávat?

Předesílám, že moje knížka končí s analýzou v 80. letech. A až na zásadní události se jen mihne kolem politiky, jenom ta společensko-designová poloha knížky nebyla v definicích vůbec jednoduší. Vzhledem k mému věku jsem tu dlouhou cestu (osm let) zakončila právě před radikální proměnou v roce 1989. Tady jde o potřebný obrovský projekt pro tým moudrých hlav, které by se na něm sešly (podle mne třeba Petr Pithart, Michael Žantovský, Jacques Rupnik a Miroslav Kalousek pod taktovkou UPM). Odpovídám tedy jen sama za sebe: po listopadu 1989 nás objímala emoční euforie, byli jsme neskutečně šťastní, nehledali jsme prioritu ve finančních požitcích. Dnes se na celou tu dobu díváme zraleji, i kritičtěji. Mnohem dospěleji.

A kterak charakterizovat odvážlivce a nadšence, kteří u nás tenkrát zakládali první firmy?

Po společenské změně museli ti první skočit do vody po hlavě. Kdybych měla sama posloužit jako příklad malého podnikatele: v roce 1991 jsem celý honorář za první knížku dala do nákupu počítače T602. Investovala jsem. Věřila jsem, že si s oschlým razítkem na OSVČ brzy pořídím agenta, který bude za mě vyřizovat tantiémy, smlouvy, dotisky a postará se o moje PR. Přesně podle knížky italské spisovatelky Fumiové Jako žena nula. Nestalo se tak. Psát knížky byla pro první vlnu nových Božen Němcových radost, ale nejistý příjem. Po tvrdé zkušenosti (1991) ze zcela nového fenoménu nezaměstnanosti (s malou dcerou v zádech), jsem nastoupila po nabídce Jiřiny Jiráskové do Divadla na Vinohradech na moderní pozici tiskové mluvčí. A v roce 1995, když jsem doprovozela soubor opery Národního divadla do Japonska, kde jsme zažili zemětřesení, jsem

Odpovídám tedy jen sama za sebe: po listopadu 1989 nás objímala emoční euforie, byli jsme neskutečně šťastní, nehledali jsme prioritu ve finančních požitcích. Dnes se na celou tu dobu díváme zraleji, i kritičtěji. Mnohem dospěleji.

neměla pro zprávy do ČTK notebook jako japonolog Martin Vačkář, ale jen tužku a papír. Poznala jsem tady také Hanku Zagorovou, která mě po návratu domů oslovila k napsání své první monografie... Než to zapomenou. Netušila jsem sice, jak její příběh vyklenout, ale hned jsem si koupila první notebook a skočila – jak jinak, než po hlavě. Bez agentky samozřejmě.

Chovali se průkopníci businessu spontánněji než v současnosti, kdy zestárlí, zmoudřeli a vybudovali krásná impéria? Nebo jsou stále stejní, nebojí se rizik, hledají, co zatím nikdo nenašel, a stále vítězí?

Mám ráda ty z nich, kteří jsou stále stejní, protože krásné statky někdy oslepují. Mít dostatek je tak svůdné... Je tu na výběr: víme, že „šťěstlí je krásná a přepychová věc, ale prachy, prachy si za něj nekoupíš“. Riskovat chytře a s otevřenými očima je podle mne to pravé pro život s nekonečným kolotočem výzev...

Konec minulého století měl krásnou muziku, prima módu, okoušeli jsme nádherné, plné parfémů. Nebo je to iluze, kterou si nehodláme nechat vzít?

Všechno v otázce je pravda, ale tehdy také končila doba čtyřletých cyklů módních vln, všeho, co nám móda a životní styl podával prvě. Po revoluci i nám vkráčely dlouho vyhlášené velké módní a kosmetické řetězce, které nám dávaly nevídané možnosti, které jsme tak dlouho nahrazovaly (myšleno my, ženy). Ale něco za něco: konkurenční levná fashion dostávala například do pozadí část českých butiků a firem, které neměly nákladové položky na rychlejší rozvinutí.

O čem byla společenská nálada přelomu 80. a 90. let? Byli jsme rebelové, kteří bořili mýty, nastolovali nová pravidla, chtěli mít svobodu svobodnější, než je sama?

Do roku 1989 jsme byli němi rebelové, každý podle svého naturelu a odvahy. V životním stylu po listopadu 1989 se nastolovaly nové regulace. Mnohé z nich ale vztaly při transformaci za své. Učili jsme se za pochodu, že musíme stále myslet na ohrožení svobody a demokracie. Být „ve střehu“.

Myslím, že lidé tenkrát ale tolik nespěchali...

Začátky devadesáté byly waltz oproti pozdějšímu kvapíku. Použiju parafrázi titulu knihy Barbary Gordonové – každý tančil tak rychle, jak dokázal.



foto Monika Navrátilová

Internet byl u nás v plenkách, objevovaly se první mobilní telefony, začaly být k mání auta mnohých světových značek, prodávalo se erotické zboží. Ale také končila mnohá lahůdkářství, na něž jsme byli například v metropoli zvyklí, stát přestával vlastnit to, co bývalo dříve samozřejmostí. Co ještě patřilo k období po sametové revoluci?

Jen namátkou: začaly se rozvírat nůžky mezi bohatými a chudými. Objevil se fenomén bezdomovectví, se kterým dodnes nevíme, co s ním. Nebo zvláštní vyjádření mladých, co dokáže škodit, graffiti. A německý Lidl umí pracovat s našimi retro produkty z doby před rokem 1989 lépe než my sami.

Jen namátkou: začaly se rozvírat nůžky mezi bohatými a chudými. Objevil se fenomén bezdomovectví, se kterým dodnes nevíme, co s ním. Nebo zvláštní vyjádření mladých, co dokáže škodit, graffiti. A německý Lidl umí pracovat s našimi retro produkty z doby před rokem 1989 lépe než my sami.

A nač vy sama ráda vzpomínáte z té doby?

Na malé restauranty, kam člověk mohl zajít jen tak, na sherry, na divadla, která uváděla

Misérables nebo Pavla Kohouta, na všechno, co v proměnách doby nepoztrácelo svou autenticitu. A ty nové scény s novými tvářemi – Divadlo v Dlouhé, Divadlo bez zábradlí... Dalo se chodit do kin, výběr byl podstatně kvalitnější.

Kam se posunul náš životní styl?

Jen k ženám: ty dnešní jsou mnohem sebevědomější. Sleduju, že pojem feminizmus se mění v nějaké pejorativní slovo, ženy ztrácejí alespoň v bulvárních internetových informacích svou vlastní identitu, sázejí často především na svůj vzhled.

Radikálně se posunul životní styl mužů, a tomu tleskám.

A co firemní kultura? Staví více na hodnotách než v minulosti?

Měla by to mít v logu společnosti. Odezvou je jí pak loajalita zaměstnanců, veledůležitá pro každou další generaci vedení firmy. Já sama se třeba po desítkách let psaní setkávám nejen s daleko vstřícnější komunikací nakladatelství versus autor, ale i s vynalézavější a kvalitnější polygrafii.

za odpovědi poděkovala Eva Brix



České podnikatelky táhnou ekonomiku



BUDUJEME
HRDÉ
ČESKO

OCENĚNÍ
ČESKÝCH
PODNIKATELEK

V soutěži Ocenění Českých Podnikatelek byly v listopadu vyhlášeny vítězky – ženy, kterým se daří rozvíjet své firmy i v době, která přináší mnoho výzev. Porotci a odborný garant soutěže ocenili i loni majitelky prosperujících českých podniků v celkem osmi kategoriích.

Do finále 17. ročníku OCP postoupilo 141 žen. Nejlepší tuzemské podnikatelky si převzaly ceny podle velikosti svých firem a rozdána byla i zvláštní ocenění. Hodnocení poroty mělo letos poprvé stejnou váhu jako ekonomické hodnocení odborného garantu. V roce 2024 bylo ze 17 312 společností ve stoprocentním vlastnictví žen vybráno 2670 účastnic semifinále s nejlepšími ekonomickými výsledky, z nichž vzešlo 141 finalistek.

Obrat podniků, které v loňském ročníku bojovaly o vavříny, dosáhl zhruba pěti miliard korun a zaměstnávaly více než 2000 lidí. Polovina žen, které prošly do finále, vede rodinné firmy. Premiérově se soutěže zúčastnilo 1212 podnikatelek. Naprostá většina firem patřila výši obrátu mezi malé až střední společnosti. Právě to ukazuje, jak významné jsou pro českou ekonomiku malé a střední podniky.

Ženy soupeřily v celkem osmi soutěžních kategoriích. Jednotlivé ceny si tak převzaly zástupkyně malých, středních a velkých společností. Další vítězky byly oceněny v následujících kategoriích: Cena ČSOB – výjimečná podnikatelka, Cena odpovědného podnikání pod patronací ENVIROCONT, Cena pro nejlepší výrobní podnik v rukách české ženy pod patronací IN-EKO Team, Cena za výjimečný růst firmy – pod patronací ECOVIS Facta, Cena za inovativní řešení pod patronací SAVE CZ a Cena za digitální transformaci pod patronací Microsoft.

Od minulého ročníku jsou vyhlašovány také vítězky Ceny pro nejzajímavější franšizu. Pořadatelé projektu tak chtěli podpořit ženy, které jsou schopny na základě franšizového systému ideálně rozvíjet zmíněný businessový model, případně jej samy vytvořit, a poskytnout tím příležitost dalším podnikatelům. Záštitu loňskému ročníku OCP udělilo stejně jako v předchozích letech Ministerstvo prů-



Vítězky soutěže v roce 2024

myslu a obchodu. Patronkou 17. ročníku Ocenění českých podnikatelek se stala Kateřina van Kranenburg, majitelka společnosti Photo-dienst Brno, spol. s r. o., a domu Pasáz Koliště v Brně.

Podnikatelky se do soutěže tradičně hlásí na doporučení odborného garantu CRIF – Czech Credit Bureau, který jejich firmu vybírá na základě podrobné analýzy. V ní se loni mimo jiné zohlednily výsledky účetních závěrek za roky 2021–2022. Závěrka z roku 2023 měla informativní charakter.

Kdo se mohl zapojit?

- Majitelka, která je českou občankou a držitelkou stoprocentního podílu firmy (bez zahraničního kapitálu)
- Majitelka podniku s ročním obrátem od deseti milionů korun
- Majitelka firmy, která vede podvojně účetnictví nejméně po dobu čtyř let

Přizpůsobily se novým podmínkám

„Podpora žen se v posledních letech skloňuje ve všech pádech. Já ji vnímám jako svou celoživotní náplň. Je to pro mě obrovská čest se každý rok setkat s podnikavými ženami, navázat nová přátelství, naučit se mnoho dalších věcí a dále rozšiřovat komunitu, která kolem projektu vzniká,“ sdělila zakladatelka projektu OCP a Podnikatelské platformy Helas Helena Kohoutová.

Ocenění Českých Podnikatelek funguje již sedmáct let, mezi patronky jednotlivých roční-

ků patřily doslova ikony světa businessu – výjimečné ženy jako Eva Jiříčková, Eliška Hašková Coolidge, Silke Horáková, Dana Běrová, Taťana le Moigne, Eva Štěpánová, Věra Komárová, Simona Kijonková, Kateřina Kadlecová, Romana Ljubasová, Laura Janáčková, Kateřina Šrámková či Jaroslava Valová. Patronkou 17. ročníku Ocenění Českých Podnikatelek se proto stala Kateřina van Kranenburg. „Celému Česku přeji úspěšné podnikatelky i podnikatele, a jim pak prosperující českou společnost, protože jedno bez druhého nemůže dobře fungovat,“ řekla.

Ženy jako zkušené manažerky

Nominace do soutěže tradičně proběhla na základě hodnocení Indexu Cribis společnosti CRIF – Czech Credit Bureau, která je odborným garantem projektu.

Co je Index CRIBIS?

Nejdůležitější kritérium, podle kterého CRIF posuzuje účastnice soutěže OCP. Je to souhrnný ukazatel pro stanovení míry rizika podnikání společnosti. Má deset stupňů: a1, a2, b1, b2, c1, c2, c3, d1, d2, e. Nejvyšší hodnocení (a1) znamená, že jde o výjimečně stabilní společnost, která je vhodným obchodním partnerem. Nejnižší hodnocení (e) dostane společnost, která je extrémně nestabilní nebo již v insolvenční a v obchodních vztazích je nutná maximální opatrnost. Jako doplňující ukazatel se používá pravděpodobnost ročního bankrotu. Průměrná hodnota indexu CRIBIS loňských finalistek byla výji-

mečně vysoká – tedy 8, což je třetí nejlepší hodnota v desetistupňové škále.

„Mezi finalistkami přitom převažovaly spíše starší ročníky. Necelá polovina finalistek (47 %) byla ve věku 40–50 let, 22 % ve věku od 51 do 60 let, 16 % v rozmezí 61–70 let a ve 13 % bylo finalistkám více než 70 let,“ informoval Pavel Finger, člen představenstva společnosti CRIF – Czech Credit Bureau.

V odvětvovém zařazení podle jeho slov převažovaly služby. Téměř třetina finalistek podniká v odvětví obchodu, pětina se zaměřuje na profesní, vědecké a technické činnosti, 13 % se věnuje zdravotní péči. Úspěšné byly také firmy v oborech ubytování a stravování, vzdělávání a doprava a skladování.

„Do deseti let funguje na trhu 31 % finalistek, přičemž je tento podíl zkreslen skutečností, že jednou z podmínek účasti v soutěži je to, že firma je na trhu déle než tři roky. Více než dvě pětiny společností finalistek působí na trhu 10–20 let, a 28 % dokonce více než 21 let,“ upřesnil Pavel Finger.

Úspěšné mikrofirmy a malé podniky

Z hlediska počtu zaměstnanců převažovaly velmi malé společnosti. Bez zaměstnanců jich bylo dokonce 38 % a 44 % mělo do 20 zaměstnanců. V 16 % šlo o společnosti s 21–100 zaměstnanci a pouze jedna společnost zaměstnávala více než 100 pracovníků.

„Také podle ročního obrátu jde o menší společnosti. Více než dvě pětiny vykázaly za rok 2022 roční obrát do 29 milionů korun, jedna pětina v rozmezí od 30 do 59 milionů, necelá pětina pak v rozsahu 60–99 milionů a jen 16 % mělo tržby nad 100 milionů korun,“ dodal Pavel Finger.

Dvacátá léta se svými krizemi dosud představovala těžkou zkoušku pro všechny zástupce businessu. Pro ženy podnikatelky to platí o to výrazněji. Nepotýkají se však čeští podnikatelé i se zbytečnou byrokracií ze strany státu?

„Gratuluji všem vítěžkám a děkuji nejen jim, ale i všem dalším českým podnikatelkám, které pomáhají budovat naši ekonomiku. Podnikatelky a podnikatelé potřebují předvídatelné prostředí a co nejméně papírování. Toho jsme si na MPO vědomi, a proto omezujeme zbytečnou byrokracii, což nastartoval už můj předchůdce Jozef Síkela, a já už mám připravena další opatření. Mimo to chystáme nové digitální projekty, protože jsme si vědomi, že nejcennější hodnotou všech úspěšných podnikatelek a podnikatelů je čas. Vylepšili jsme Portál živnostenského podnikání, připravujeme Portál podnikatele a pracujeme na dalších projektech digitalizace,“ řekl ministr průmyslu a obchodu Lukáš Vlček.

Výjimečná podnikatelka a výjimečná žena

Kategorii Výjimečná podnikatelka si také tentokrát vzala pod svou patronaci ČSOB. Hodnotí v ní působení dané ženy na celou společnost nebo trh bez ohledu na velikost firmy či počet zaměstnanců a zohledňuje inovativní,

sociální nebo environmentální činnosti. Loni ji ovládla Jana Svobodová z Jumping Fitness.

„Důležitým, jistě však nikoli dostačujícím, předpokladem pro úspěch v jakémkoli podnikání je odvaha a zdravé sebevědomí. Právě tyto dva aspekty se nádherně snoubí v podnikatelském příběhu společnosti Jumping Fitness. Začít podnikat již na prahu dospělosti vyžaduje jistě značnou dávku odvahy a dodávat svůj produkt po ‚pár letech‘ podnikání do více než 50 zemí je jistě znakem i zdravé míry sebevědomí. Věříme tedy, že právě tento příběh by mohl být dobrou inspirací i pro další mladé začínající podnikatele, a proto jsme se rozhodli ocenit naši speciální cenou právě tuto společnost,“ popsal volbu vítěze Martin Pěchouček, ředitel útvaru Rozvoj obchodu a klimatická změna vztahového bankovníctví ČSOB.

V OCP nechybí ani cena za výjimečný růst firmy. O tom, která z dam loni získala tuto cenu, rozhodli zástupci společnosti ECOVISA Facta, která je zároveň auditorem projektu.

„Cena za výjimečný růst firmy se uděluje na základě jasně definovaných kritérií. Nejde jen o pouhá čísla z finančních výkazů. Sledujeme schopnost firmy adaptovat se na proměny trhu, inovace v oboru, udržitelné podnikání a dlouhodobé finanční výsledky. Klíčové je také zohlednit, jak firma přispívá k rozvoji svého okolí a jak motivuje svůj tým ke společnému úspěchu,“ komentovala CEO ECOVISA Facta Simona Fialová.

Rolí auditora je zajistit transparentnost a důvěryhodnost hodnocení, aby všechny účastnice měly jistotu, že výsledky odpovídají objektivním kritériím a že rozhodování probíhá spravedlivě.

Projekt OCP je podle Simony Fialové prospěšný nejen pro podnikatelky, kterým poskytuje platformu pro zviditelnění a inspiraci, ale také pro širší společnost: „Ukazuje, že podnikání žen je klíčovou součástí české ekonomiky a jejich příběhy mohou motivovat další generaci talentovaných žen k tomu, aby se pustily do vlastního businessu.“

Cenu pro výrobní podnik v rukách české ženy předala Eva Komárková, patronka kategorie, která je sama majitelkou významné výrobní společnosti IN-EKO Team. Projekt OCP je podle ní velmi sympatickým a prospěšným, protože seznamuje a propojuje úspěšné a inspirativní ženy z celého Česka.

„Klíčem k růstu firem v jakémkoli období je schopnost přizpůsobit se změnám a udržet pevnou vizi. Firmy by se měly opírat o tři hlavní faktory:

neustálé zlepšování, efektivní využívání zdrojů a spolupracující tým. Nové nápady umožňují držet krok s dynamickými trhy, správná

organizace podporuje výkonnost a silné základy přináší stabilitu i během obtížných období,“ popsala Eva Komárková.

„Sama vím, jaké výzvy podnikání přináší, a mám hluboký respekt ke každé ženě, která v něm uspěje. Tato kategorie je o odolnosti, inovacích a schopnosti vést firmu nejen k růstu, ale i k dlouhodobé stabilitě. Vítězku jsem vybírala na základě její schopnosti překonávat překážky, zavádět nové přístupy a zajistit dlouhodobý rozvoj firmy s jasnou strategií,“ doplnila.

Kategorii ovládla Lada Jandíková ze společnosti BSI Group, která je podle Evy Komárkové výjimečnou podnikatelkou, jež dokázala přeměnit krizové období ve start nové éry pro svoji firmu.

„Po ztrátě zakladatele dokázala obnovit důvěru zaměstnanců i partnerů a firmu významně rozvinout. Její důraz na inovace, finanční odpovědnost a schopnost udržet růst v obtížných podmínkách jsou inspirativní. Lada Jandíková ukázala, že s odvahou, strategickým přístupem a důvěrou v tým lze dosáhnout úspěchu i v těch nejnáročnějších obdobích,“ upozornila Eva Komárková.

Inovace a digitální transformace klíčem k úspěchu

Cena za inovativní řešení byla předána pod patronací rodinné firmy SAVE CZ. V letošním ročníku se vítězka vybírala mimořádně složitě. Důvod? Inovativní a novátorské myšlení, cho-





foto Pixabay

vání a přístup se totiž týká čím dál tím většího počtu podniků.

„Jsem ráda, že mohu předat cenu majitelce společnosti, která ve svém podnikání v oblasti informačních technologií spojuje širokou veřejnost se skvělými nápady a inovacemi podniků, a tím pro mě naplňuje vizi o podnikání pro inovace a konkurenceschopnost v 21. století,“ uvedla Marcela Malinská, jednatelka SAVE CZ s.r.o.

Digitální transformace je v současnosti pro tuzemské firmy možná ještě důležitější než před krizovým obdobím. Patronem ceny je společnost SMB Channel, Central Europe, Microsoft.

„Patronem ceny za digitální transformaci jsme díky svému dlouhodobému závazku k podpoře inovací a digitální transformace v českých podnicích. Naše společnost se zaměřuje na poskytování moderních technologií a řešení, které firmám umožňují efektivněji fungovat a růst,“ popsal ředitel společnosti Martin Hruška.

Hlavní hodnotící kritéria této kategorie zahrnují efektivitu implementace digitálních technologií a jejich dopad na růst a udržitelnost firmy, využití směrem k zákazníkovi a zapojení umělé inteligence, která je nyní na výrazném vzestupu.

„Terezu A. Vágnerovou z Katlov Lakes jsme vybrali díky jejímu inovativnímu přístupu k využívání technologií, které jí umožnily nejen zvládnout situaci během pandemie, ale také získat novou klientelu a podporovat životní prostředí a sociální projekty,“ doplnil Martin Hruška.

Digitální transformace je podle jeho slov v současnosti pro tuzemské podniky klíčová, protože umožňuje zvýšit efektivitu, snížit náklady a zlepšit zákaznickou zkušenost. V dnešním rychle se měnícím světě je schopnost rychle se přizpůsobit novým podmínkám a technologiím nezbytná pro udržení konkurenceschopnosti.

„Uplynulé krize, jako byla pandemie covid-19, urychlily proces digitalizace, protože firmy byly nuceny hledat nové způsoby, jak pokračovat v provozu a komunikaci se zákazníky. Krize ukázaly, že digitalizované podniky jsou odolnější a lépe připravené na nečekané výzvy. Kromě toho se mění i očekávání na trhu práce. S rostoucím významem digitálních technologií očekávají i zaměstnanci, že jejich zaměstnavatelé budou investovat do moderních nástrojů a technologií, které jim usnadní práci a zvýší produktivitu. To zahrnuje i využívání umělé inteligence a automatizace,“ charakterizoval Martin Hruška.

Společenská odpovědnost má svou váhu

Historicky počtvrté byla udělena Cena odpovědného podnikání. Loni pod patronací společnosti ENVIROCONT, která je zároveň patronem slavnostního vyhlášení. Zástupci firmy vnímají odpovědné podnikání jako celkový přístup podniků zaměřený na propojení hodnot etických, sociálních i environmentálních do jejich každodenních činností i dlouhodobé strategie.

„Odpovědné podnikání charakterizuje naši společnost zejména z pohledu poskytovaných služeb, které směřují ke zlepšení životního prostředí a k trvalé udržitelnosti činností u našich zákazníků. Dále jako klíčové cítím sladování osobního a pracovního života každého člena našeho týmu, kterému se intenzivně věnujeme,“ řekla jednatelka společnosti ENVIROCONT s.r.o. Andrea Bednářová.

Pro společenskou odpovědnost je podle ní důležité, aby se stala nedílnou součástí firemní kultury každé vyspělé firmy, což prokázala majitelka vítězné společnosti Volcano Spa Hotel Martina Kašpříšín.

ENVIROCONT pomáhá projektům na zlepšení životního prostředí a života v regionu už od roku 2000, a to nejen finančně, ale každo-

ročně i dobrovolnickou činností. Dále pořádá darovací výzvy, jejichž výtěžky směřují k realizaci konkrétního neziskového projektu.

„Pozitivním aspektem je skutečnost, že se tomuto tématu věnuje v posledních letech stále více firem, což vidím zejména u našich zákazníků, které propojujeme s naším partnerem Ústeckou komunitní nadací. Jako další, pomyslně vyšší úroveň odpovědného podnikání a s ním spojené společenské odpovědnosti spatřuji motivování studentů k podnikavosti, podporu nově vznikajícím a mladým společnostem a sdílení příkladů dobré praxe. Já osobně mám skvělý pocit ze spolupráce se spolkem Můžeš podnikat, jehož cílem je inspirování studentů středních škol k podnikavosti životními příběhy podnikatelů. Dále spolupracujeme s designerským Studiem Oživo, které se zabývá zpracováním materiálů, které jsou pro mnohé firmy odpadem,“ vysvětlila Andrea Bednářová. (tz)

Vítězky jednotlivých kategorií:

Malá společnost

1. Danuše Suchanková, RehaCentrum Český Těšín, s.r.o.
2. Petra Šolcová, Englishka s.r.o.
3. Dana Robertson, Victoria School, s.r.o., základní škola a mateřská škola

Střední společnost

1. Kamila Brzezinová, RUTEX CZ, s.r.o.
2. Martina Matušeková, Pneumatiky Drbout s.r.o.
3. Lenka Širghi, TRIMOS, s. r. o.

Velká společnost

1. Jarmila Rappersberger, RAPP s.r.o.
2. Stanislava Váňová, PECU Stáňa s.r.o.
3. Ivana Linhartová, Linhartová Ivana s.r.o.

Cena ČSOB – Výjimečná podnikatelka

Jana Svobodová, Jumping Fitness, s.r.o.

Cena odpovědného podnikání pod patronací ENVIROCONT

Martina Kašpříšín, Volcano Spa Hotel s.r.o.

Cena pro výrobní podnik v rukách české ženy pod patronací IN-EKO Team

Lada Jandíková, BSJ group s.r.o.

Cena za inovativní řešení pod patronací SAVE CZ

Milada Paseková Švandová, Západočeská kabelová televize s.r.o.

Cena za digitální transformaci pod patronací Microsoft

Tereza Aster Vágnerová, Katlov Lakes s.r.o.

Cena za výjimečný růst firmy pod patronací ECOVIS Facta

Martina Homolová, Náš kmín s.r.o.

Cena pro nejzajímavější franchisu

Michaela Entrichová, Doučování Doma s.r.o.

Make-up musíte vidět a cítit, to se nenaučíte z obrazovky

Kvalitní kurzy make-upu zdaleka nejsou jen o samotném líčení. Velmi důležitý je dnes i marketing a celkový přístup ke klientům s důrazem na individuální vzdělávání a následnou podporu. Absolvovat je můžete například v Make-Up Institute Prague, kde kromě znalostí získáte i mezinárodně uznávaný certifikát. Jeho význam nám přiblížila zakladatelka institutu Markéta Davidovích, se kterou jsme dále probíraly i osobní kurzy líčení, online vzdělávání nebo rekvalifikace.

Jak dlouho už Make-Up Institute Prague funguje?

Otevřeli jsme v roce 2009. Pamatuji si první kurz, do kterého se zapsaly pouze dvě studentky... A dnes máme v našem komplexu v Praze a Brně několik současně probíhajících kurzů. Termíny se rychle plní, přestože je vypisujeme po celý rok, v pracovních dnech i o víkendech.

Co stálo za jeho zrodem?

Studovala jsem PR a marketing v Londýně a po návratu do Česka jsem neustále hledala projekt, který by mě oslovil. Potkala jsem současného manžela, který zrovna rozjížděl make-up školu a nadchla mě kombinace beauty, marketingu a obrovského potenciálu na trhu v této oblasti. Tehdy bylo make-up vzdělání v Česku v plenkách, žádný Instagram ani nic podobného neexistovalo. A nám se podařilo uvést na trh velmi kvalitní studijní programy, které vedou nejlepší make-up artisté, a navíc s velkým přehledem v péči po studiu. Jako jediná make-up škola (a jsme stále jediná i v současné době) se dokážeme o studenty postarat i po kurzu v rámci pracovních nabídek a dalšího rozvoje dovedností. U nás to vlastně není „jen“ o kurzu, ale o celkové cestě k vysněné kariéře, včetně marketingových a podnikatelských tipů.

Jste součástí International Union for make-up and hairstylist education. Co to přesně znamená?

Ano, pro nás je to obrovský úspěch. Jsme jediná česká a slovenská make-up škola, která dosáhla na toto ocenění. A to úroveň svých studijních make-up programů, certifikátů, vybaveností učeben a skladbou lektorského týmu. Naše certifikáty navíc mají celosvětovou platnost, a tak u nás často studují zahraniční studenti.

Můžete nám přiblížit nabídku kurzů a jejich průběh?

U nás si každý, kdo miluje make-up a beauty, najde své. Nezáleží přitom, jestli je to pouze váš koníček, nebo chcete rozjet kariéru. V nabídce jsou jednodenní až měsíční studijní programy, které můžete kombinovat dle svých časových potřeb. Velmi oblíbenou sekcí jsou



Markéta Davidovích

i kurzy pro veřejnost zaměřené například na osobní líčení, kanekalon copánky nebo skincare – krásný kurz o tom, jak rozumět pleti a ingrediencím, který také uvádí na pravou míru časté mýty beauty průmyslu.

Komu byste kurz osobního líčení doporučila? Je vhodný i pro podnikatelky a manažerky z řad našich čtenářek?

Ano, velmi oblíbená je zejména privátní forma tzv. VIP make-up lekce. Jde o čtyřhodinovou lekci, kde se lektorka věnuje pouze jedné klientce. Většinou se zaměřujeme na denní a večerní make-up, ale lze se domluvit téměř na čemkoliv. Myslím si, že každá žena v otázce líčení tápe. A pouze zkušený, profesionální make-up artista je schopen ušít to pravé líčení na míru. Lekce neslouží jen k tomu, abyste se dozvěděla, jak se líčit, ale vše si i pořádně procvičíte, a hlavně vám uděláme čistku v produktech. Nevěřila byste, kolik žen si kupuje i roky špatná líčidla, odstíny atd. V rámci lekce dámám make-up taštičky zkontrolujeme a případně navrhneme vhodné obměny. Máme u nás i make-up obchůdek, kde si lze líčidla doplnit.

Jsou k dispozici nějaké vaše tutoriály pro ty, kdo nemají čas přijít osobně?

Nejsem zastánkyní online make-up vzdělávání a mám radost, že se po covidu nerozmožl více, protože to hrozilo. Samozřejmě i my jsme v rámci lockdownu měli online kurzy, ale jsem

ráda, že se vrátila chuť lidí k osobnímu setkávání v rámci kurzů. Makeup musíte vidět, cítit... to se nenaučíte z obrazovky. Navíc je to komunitní práce, vše je o kontaktech, které rozvíjíte jen díky osobním vzbábám mezi lidmi.

Kolik zájemců se k vám každoročně hlásí? A jaké procento kurzů dokončí?

Za rok u nás vystuduje v rámci osobních i profesionálních kurzů 800 lidí. Samozřejmě to ale neznamená, že to každý z nich dělá jako profesi. Plno zájemců totiž do kurzů vstupuje s mylnou představou, kdy si myslí, že si udělají kurz, a pak hned budou líčit nevěsty a pracovat s fotografy.

V čem jsou vaše výhody oproti jiným školám líčení?

Zakládáme si na individuální péči o jednotlivce. Snažíme se postarat o každého a každý má svou cestu. Někdo potřebuje více trénovat a v začátcích uvítá i větší pomoc, někdo je rozený talent, kterému zas pomáháme s tím „umět se prodat“. U nás to kurzem nekončí. Studentům půjčujeme make-up kity, když ještě nemají své vybavení. Půjčujeme jim místo na líčení u nás, kam si berou své klienty. Jsme vždy připraveni pomoci a poradit s čímkoliv a každý absolvent má u nás 40 hodin tréninků zdarma. To znamená, že líčí pod zkušeným dohledem, který je schopen studenta vést k dalším zlepšením.

Nabízíte i rekvalifikační kurzy. Jak fungují?

Ano, to je naše hlavní zaměření. Rekvalifikační kurzy jsou akreditovány Ministerstvem školství a znamená to, že po ukončení absolvent získá hodnotný certifikát, který otevírá dveře dál. Navíc velkou výhodou je možnost proplacení rekvalifikačních kurzů skrze Úřad práce. I v tomto procesu umíme poradit a pro uchazeče sehrát důležitou roli.

Chystáte na letošní rok nějaké novinky a změny?

Neustále s mým týmem pracujeme na zlepšení jednotlivých kurzů, zajímá nás zpětná vazba každého absolventa. Letos budeme například vypisovat skvělý studijní program Bridal Master zaměřený na svatební make-up a vlasový hairstyling. A v neposlední řadě si zaslouží pozornost naše nově otevřená pobočka v Brně, která umožňuje zájemcům z Moravy a Slovenska dopřát si naše kurzy bez nutnosti cestovat až do Prahy.

připravila Dana Halušková

Jak spravedlivě odměňovat tým

Odměňování zaměstnanců je citlivé téma, které často určuje, jak motivovaní a spokojení lidé v týmu budou. Spravedlivý systém odměn však není o navyšování výplaty na základě inflace či obecného růstu mezd v ekonomice. Správný šéf odměňuje výkon a výsledky, ne jen čas strávený například v kanceláři.

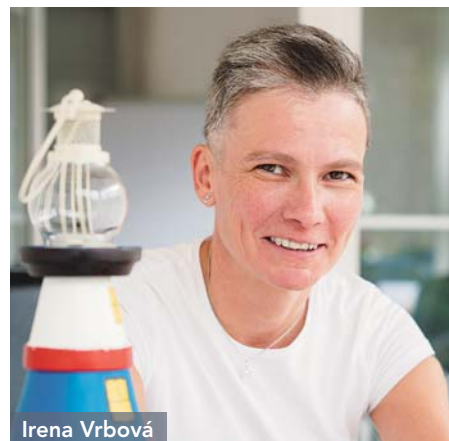
Jsou i zaměstnanci, kteří si myslí, že by měli být odměněni už jen za to, že do práce chodí. Hlavní rolí šéfa je ale motivovat kolegy k výsledkům, a ty poté férově odměnit. „Tím se zvyšuje nejen výkon, ale i vnitřní sebedůvěra zaměstnanců,“ řekla Irena Vrbová, zakladatelka konzultační společnosti Porto, která se zabývá vzděláváním a rozvojem majitelů a manažerů menších a středních firem. Každý mzdový systém by měl kombinovat dvě složky – fixní a variabilní. Zatímco fixní složka zajišťuje stabilitu, právě ta variabilní může být klíčem k motivaci. „Musí však být nastavena tak, aby byla měřitelná a konkrétní – zaměstnanec musí vědět, co může ovlivnit. Musí být také férová – ženy i muži, mladí i zkušenější,

všichni musí mít stejné podmínky,“ uvedla Irena Vrbová.

Příklady:

- +12 % ze zaplacené faktury za obchod uzavřený obchodníkem
- +1500 Kč za pravidelné páteční mytí firemních aut
- -2000 Kč za prokazatelnou chybu v účetnictví

Nastavení konkrétních kritérií umožňuje zaměstnancům zaměřit svou pozornost na výkon, který mohou ovlivnit. Na rozdíl od vágních faktorů, jako „byl jsi flexibilní“, jde o systém, který je měřitelný, a tudíž i spravedlivý. „Bohužel mnozí šéfové se toho bojí pod myšlenkou, že tím lidi trestají. Ale to je právě prevence trestání,“ vysvětlila Irena Vrbová. Ještě dnes ženy v průměru vydělávají méně než muži. Férově odměňování však nesmí záviset na pohlaví či věku, ale výhradně na výsledcích. Když firmy nastaví transparentní systém, kde je odměna spojená se stanoveným výkonem, přirozeně dochází k rovnosti. Finanční odměny jsou důležité, ale odměňování nemusí být pouze o penězích. Kombinace stabilní mzdy, motivační složky a nefinanč-



Irena Vrbová

ních benefitů (například pružná pracovní doba, vzdělávání či volno navíc) vytváří systém, který podporuje angažovanost a spokojenost. „Umět lidi dobře zaplatit ještě neznamená je motivovat. Spravedlivý a promyšlený mzdový systém, který odměňuje výkon, není jen investicí do zaměstnanců, ale i do úspěchu celé firmy. Navíc každý člověk chce mít dobrý pocit z dobře odvedené práce – a právě tento pocit je tou nejlepší motivací,“ dodala Irena Vrbová. (tz)



Fejeton

Vánoce 2025 budou po našem

Snad poprvé v životě jsme měli klidné Vánoce, a ještě klidnějšího Silvestra. Vážně. Vůbec nechápu, jak se nám to podařilo. Bylo vygrunтовáno, vypráno, vyžehleno, napečeno, navařeno, dárky čekaly pěkně zabalené. Žádný se nezatoulal a na nikoho se nezapomnělo. Pomohla jsem i se zdobením stromečku, na což jsem ještě nikdy neměla čas a nechávala tento rituál na ostatních členech domácnosti. Zkrátka a dobře, vše probíhalo podle vysněného plánu. Řízky z kapra se nespálily, bramborový salát se povedl, celý dům byl načančaný a těšil se na Ježíška. A ten opravdu přišel a naděloval. Další klid a mír do našich srdcí. Včetně odpolední procházky tak trochu v předstihu... Z rozbalování dárků jsme nebyli tak utahaní jako roky předtím. U stromku jsme nespávali, ale naopak čile rozbalovali. Ne že by jich bylo méně, ale stihli jsme je všechny vnímat, prohlédnout si je, začíst se do knížek, které nesměly chybět. Nebylo ani třeba večere na druhou, tedy přídavek kolem desáté večer, což jsme v letech minulých rádi praktikovali. Cukroví naaranžované do jedliček zdobilo náš slavnostní stůl a neslo s sebou vůni koření i tvoření. Byla to paráda. Na první svátek vánoční nebylo třeba nikam spěchat. Neudála se žádná katastrofa, neprasknul bojler ani nám nikdo neukradl kolo z kůlny. Električka vzorně napájela všechny domácí

přístroje, včetně televizorů. Svíčky hořely vzorně až ukázkově. Stihli jsme několik sérií televizních pohádek u horkého čaje a radovánky z toho, že si užíváme klídek.



foto Kateřina Šímková

A tak to bylo až do posledního dne roku. Žádný spěch, nakupování drobností před zavírací dobou, vyšilování u chlebičků, jednohubek a dalšího slaného pohostění. Žádné rozbité talíře, trouba a sporák jely na plné obrátky a poslušně. Nepřišly ani žádné choroby, záněty, virózy, zlomené nohy na náledí. Odpočívali jsme v milé drobné čínorodosti a vše bylo, jak

mělo být. A tak nějak jsme přemýšleli o životě, konal se návrat k přírodě a samých k sobě. A to byl ten problém. A pak, chybělo nám během těch posledních Vánoc tajemné fluidum, které psalo kolorit všech ostatních. Dlouho jsem nemohla přijít na to, co to je. Nebyla jsem prostě v tom pomyslném lenošení ve své kůži. Podvědomě jsem to cítila, ale neuměla to přesně pojmenovat. Bylo to takové divno, něco neuvěřitelného, něco, co se vymykalo běžným stereotypům. Dělo se to, co jsme si všichni nesmírně přáli, jenže... A pak mi svítko. Neprovázal nás někdejší předvánoční, a svým způsobem i vánoční blázinec. Ten spěch, vyšilování, že něco nestihneme. Dobíhání času ve velkém. Nastavování dne nocí, organizace práce, která člověku přerůstá přes hlavu. Vše bylo perfektní, a to je k ničemu. To není náš styl. Scházela nám dávka improvizace, kterou jsme rok co rok zachraňovali situace, kdy všem tekly nervy, kdy nám ujížděl vlak. Byli jsme ušetřeni toho nádherného adrenalinu, který k našim Vánocům pokaždé patřil. Chvilky plných překvapení, stíhání na poslední chvíli. Chybělo nám běsnění, nedostávalo se stresu. Ano, to byla ta chyba. A tu už nehodláme opakovat. Letošní Vánoce tedy zase podle zvyklostí: šťastné, veselé a po našem!

Eva Brixí

Roste generace nových šéfů, na vedoucích postech bude více žen

Generace Z – nejstarším z nich je pod 30, neznají svět bez internetu a absolventi vysokých škol právě míří na pracovní trh. Po vedoucích postech zatím příliš netouží, pokud se ale na vysokou pozici dostanou, jsou z nich schopní lídři.

Zástupci generace Z neznají svět bez internetu, digitálních technologií a sociálních sítí. V práci se prozatím vyhýbají stresu a zodpovědnosti, které jsou spojené s vedoucími pozicemi. V budoucnu z nich ale budou jedni z nejlepších šéfů. Nástup nové generace navíc může změnit celkový koncept pracovní doby. „Už nyní se setkáváme s tím, že pokud je mladý člověk obsazen do vyšší funkce, pracuje velmi zodpovědně a efektivně, navíc ‚zetkaři‘ velmi dobře zvládají leadership – nenásilné vedení týmu s jasným stanovením cílů. Díky tomu, že je pro ně práce s technologiemi samozřejmostí, dokážou pracovní proces výrazně zrychlit a usnadnit. To nahrazuje diskutovane čtyřdenní pracovní době. Právě díky lidem generace Z a jejich efektivnímu přístupu k práci je pravděpodobné, že po jejich masivnějším nástupu na pracovní trh bude stále větší množství firem čtyřdenní pracovní dobu zavádět. Výhodné to bude pro obě strany – firmy zrychlí své procesy a zaměstnanci naleznou lepší vyváženost mezi osobním a pracovním životem,“ předpokládá Petr Hykel, majitel a ředitel headhunterské společnosti Theones, která se zaměřuje na obsazování vrcholových manažerských pozic.

Pro zetkaře je zásadní work-life balance, tedy rovnost mezi prací, volným časem a rodinným životem. „Tradiční model, kdy šéf sedí ve firmě pět dní v týdnu osm hodin denně, je do budoucna neudržitelný. Zetkaři takto pracovat nechťejí, už nyní přes 75 % zetkařů preferuje možnost práce z domova, flexibilní pracovní dobu a další formy hybridních pracovních modelů. Ty budou chtít zavádět i do vedoucích pozic,“ komentoval Petr Hykel. Generace Z vyrůstala s technologiemi, je proto velmi zdatná v používání digitálních nástrojů a nových technologií. To může pomoci modernizovat firmy a zlepšit efektivitu. „Jsou zvyklí na rychle se měnící svět a neustálé technologické novinky, jsou generací, která je nejotevřenější inovacím a hledání nových způsobů, jak řešit problémy. Tato generace také podporuje flexibilní pracovní modely, které mohou vést ke zvýšení produktivity. Zetkaři preferují otevřenou a upřímnou komunikaci, což může posílit týmovou spolupráci a podporit důvěru mezi zaměstnanci. Mladší generace



foto Kateřina Šimková

klade větší důraz na etiku, udržitelnost a společenskou odpovědnost, což povede k tomu, že se firmy budou více zaměřovat na společensky odpovědné podnikání a dlouhodobou udržitelnost. Tyto vlastnosti dělají z generace Z perspektivní vůdce, kteří mohou přinést svěží a moderní pohled do vedení firem,“ vyjmenovala Marcela Vyskoková, marketingová manažerka personální agentury Advantage Consulting. Problém může představovat nízký věk. Získat si respekt starších podřízených je výzva. „Vzhledem k nízkému věku a menší zkušenostem s vedením velkých týmů mohou někteří zetkaři postrádat praxi v tradičním hierarchickém vedení. Upřednostňují spolupráci a rovnost, což může podpořit pozitivní týmovou atmosféru, na druhou stranu to ale může způsobit menší respekt u podřízených. Problém s autoritou vůči starším kolegům mohou mít ale i samotní zetkaři. Úspěch ve vedoucích pozicích závisí na schopnosti mladých lídrů projevit respekt, empatii a odborné znalosti,

aby si vybudovali důvěru napříč věkovými skupinami,“ řekl Petr Hykel. Podle průzkumu společnosti Deloitte zastává v Česku vedoucí funkce pouze 17,2 % žen. Česká republika za celosvětovým průměrem zaostává o 2,5 %. Počet žen na vedoucích postech ale pozvolna stoupá. Nástup mladé generace by mohl růst počtu žen ve vedení firem výrazně zrychlit. „Lze očekávat, že podíl žen bude ve vedoucích pozicích vyšší. Obecně mají ženy z generace Z rostoucí ambice k dosažení vedoucích pozic. I přes důraz na genderovou rovnost ale čelí ženy stále určitým společenským překážkám, které muži v takové míře nepociťují, například předsudkům nebo nedostatku vzorů ve vyšších vedoucích funkcích. V generaci Z se však tento rozdíl zmenšuje díky kulturním změnám a většímu akcentu na podporu žen ve vedení. Celkově jsou rozdíly mezi ženami a muži v generaci Z méně výrazné než u předchozích generací, přičemž obě pohlaví usilují o rovnost, flexibilitu a inovativní přístup k vedení,“ uzavřel Petr Hykel. (tz)

Jak neodstonat jarní prázdniny

Řada z nás si bere dovolenou, aby si mohla vychutnat jarní prázdniny s dětmi. Někdo volí pobyty na horách plné sportu, jiný dává přednost kratším výletům. Jenže rozjezd roku umí být stresující. Imunita dostává zabrat. Návrat do práce a školy, chřipky řadí všude. Mnohdy to dopadá tak, že místo hýření na sjezdovce musíte zůstat v posteli a z rodinných plánů sejde. Být to tak ale nemusí. Organismus na volno můžete včas připravit.

Stres není na vině sám

Začátek roku je někdy pěkná honička. Chceme si splnit všechna předsevzetí a pracujeme na nich s odhodláním, ale ani tak se nám stres prostě nevyhne. Noci jsou ještě pořád dlouhé, mrzne, sluníčka moc není. Čas na odpočinek krátíme v zájmu našeho sto procentního nasazení – chceme být tou nejlepší možnou verzí nás samých a taky zdolat všechny přibývající pracovní úkoly. Jídelníček stavíme na potravinách, které jsou trendy a zdravé, bohužel ale ne sezónní ani lokální. A imunita na to vše reaguje úplně jinak, než bychom chtěli. A ještě k tomu zrovna řadí chřipková sezóna.

„Poměrně často se setkávám s tím, že jakmile si lidé odškrtnou na svém seznamu povinností před jarními prázdninami všechny cíle, přichází nemoc. Takový scénář je běžný pro chvilky, kdy si řekneme, že máme hotovo a odpočinek si skutečně dovolíme. Všechna zátěž se nasčítá a projeví se jako rýma, kašel a nachlazení. Přestože to není nic vážného, dokáže to období dovolené značně zkomplikovat a místo odpočinku se na člověka řítí další stresová lavina,“ popsala lékárnice s celostním přístupem Lenka Sobková, která se značkou Nupreme úzce spolupracuje.

Selen a zinek pro imunitu

Na všechny tyto výzvy můžeme ale tělo připravit. Před náročným obdobím má význam doplnit zásoby selenu a zinku, které pomůžou upevnit imunitu. „Každá, i banální, infekce vyčerpává rezervoár těchto dvou látek. Udělejte si týden nebo dva před jarními prázdninami



Lenka Sobková

dosycovací kúru, která vám pomůže do pohody vplout hladce a zvesela,“ poradila Lenka Sobková a dodala: „Selen a zinek doporučuji univerzálně všem věkovým skupinám. Tím, že jde o esenciální živiny, a tedy látky přirozené a lidskému organismu dobře známé, nehrozí riziko předávkování. Jediná skupina léků, u kterých je třeba být opatrný, jsou ty na ředění krve. Jiná rizika tu nehrozí.“

Vitamin C při únavě a vyčerpání

Podcenit se nevyplatí při únavě a vyčerpání ani vitamin C. „Spotřeba tohoto vitamínu při tělesné i duševní zátěži prudce roste. Jeho doplněním poskytneme organismu skvělou berličku, jak únavu zvládnout. A tedy neonemocnět. Ruku na srdce, skutečnou příčinou 90 % všech běžných respiračních onemocnění jsou právě vyčerpání, únava nebo nezpracované emoce. Postačí ten úplně obyčejný – tedy kyselina askorbová, ať už ve formě prášku, nebo šumivých tablet. Vitamin C doporučuji dospělým i dětem. Jeho akutní dávkování se však liší podle věku. Při nachlazení a stresu by měla dávka pro dospělé a dospívající nad 15 let činit 1000–2500 mg, pro děti ve věku 10–15 let 500–1000 mg, pro děti od pěti do devíti let pak 300–600 mg a v případě nejmenších od

tří do pěti let 150–300 mg,“ vysvětlila celostní lékárnice.

Maca na odpružení stresu

Na stres a shon platí i další poklady z přírody. Jedním z nich je i řeřicha peruánská neboli maca. Obyvatelé Peru žijí ve vysokých nadmořských výškách, kde je podnebí náročné. Maca jim pomáhá přizpůsobit své tělo nehostinným podmínkám už tisíce let. Užívat ji můžeme v podobě prášku, má velmi lahodnou chuť a lze ji vmíchat do smoothie, snídaní nebo kaše, do sklenice čisté vody nebo sklenky oblíbené domácí šťávy. „Maca mám velmi ráda. Skvěle pomůže odpružit dopady stresu na lidské zdraví a chrání i celou hormonální osu,“ popsala Lenka Sobková. V zimním období se bude hodit Maca Choco Latte pro přípravu lahodného horkého krémového nápoje, který potěší tělo i duši. Poslouží i jako vzpruha při aktivitách za chladného počasí.

Kdy s kúrou začít a jak dlouho v ní pokračovat

Tento preventivní režim je ideální nasadit týden nebo dva dopředu. Dovolenu s dětmi vždy doprovází spousta emocí, nejnáročnější bývá příprava. „Hory, radovánky ve sněhu, jiný denní režim. To vše jsou příjemné aktivity, ale pořád jde o výrazné změny pro tělo. A to jsou pro zdraví vždycky výzvy. Proto tyto přípravky klidně dávkujte až do konce jarních prázdnin,“ doporučila Lenka Sobková.

Během volna se může krize z vyčerpání projevit, i když jsme jinak fit. Připadáme si příliš vysílené na to, abychom na sjezdovce nebo běžkách vydrželi celý den. „Pokud se i na samotný pohyb cítíte unavení, pomůže koenzym Q10. Nastartuje energetický motor a pomůže překonat náročné období, než vám sportování zase začne dobíjet baterky,“ poradila. (tz)

