

Madam[®] BUSINESS

PROSPERITA

listopad 2014

Cynizmus pravdy

Eva Brixi

Jestlipak víš
Že básní mám plný notes
A srdce ještě vřelejší
Jenže
Co je dnes platné
Je zítra včerejší

Kateřina Benešová

Co je dnes,
nemusí být nutně zítra
rozhovor na stranách 10–11

Listopad a prosinec je časem s vůní koření

Perníkové dorty jsou novinkou a chutnají vznešeně.
Betlémy patří ke stálé slavnostní nabídce na konci roku.
Minidezerty se staly žádaným sortimentem.
Ozdoby na stromček potěší každé srdce.

Hledáte-li sladký vánoční dárek, v JaJa Pardubice vám ho připraví.

www.pardubickypernik.cz



České podnikatelky

píší své příběhy do historie businessu



Foto Dreamstime / kolář Sch

Agentura Helas s.r.o. představila nejúspěšnější české podnikatelky, 100% majitelky společností, které uspěly v 7. ročníku soutěže Ocenění českých podnikatelek. Soutěž byla založena v roce 2008. Jejím hlavním cílem je podpora českých žen, podnikatelek.

„Letošní rok byl pro mě osobně velmi inspirativní a myslím i zlomový. Díky tomu, že jsme pro rozvoj našeho projektu začali intenzivně využívat moderní technologie, zvládli jsme zkoordinovat a oslovit rekordní počet podnikatelek v Česku. Vždyť letos jsme zaznamenali 40% nárůst oproti předchozím ročníkům! Chtěla bych, aby české ženy podnikatelky vnímaly projekt Ocenění Českých Podnikatelek nejenom jako prostředek ke zviditelnění činnosti své firmy, ale jako širší prostor pro vzájemnou inspiraci, podporu, komunikaci a současně také jako prostor, kde je možné učit se novým věcem,“ zhodnotila 7. ročník zakladatelka projektu Helena Kohoutová.

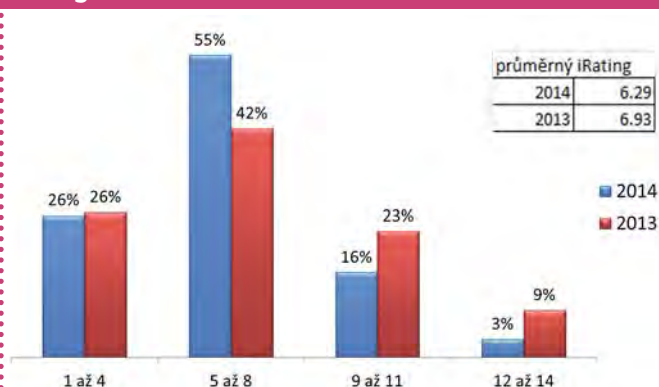
„Za poslední nejméně čtyři roky se podle statistik společnosti CRIF – Czech Credit Bureau neustále zvyšuje počet podnikatelek v České republice a zároveň ženy, jako majitel-

ky obchodních společností, vykazují lepší průměrný rating při porovnání s aktivními obchodními společnostmi na celém trhu. Vliv žen jako majitelky obchodních společností na podnikatelské prostředí se tak neustále zvyšuje. V souladu s tímto trendem je rovněž skutečnost, že naše společnost letos hodnotila v této soutěži rekordní počet přihlášených podnikatelek. Všechny uvedené trendy jsou z našeho pohledu velmi pozitivní,“ shrnul letošní ročník člen představenstva společnosti Pavel Finger.

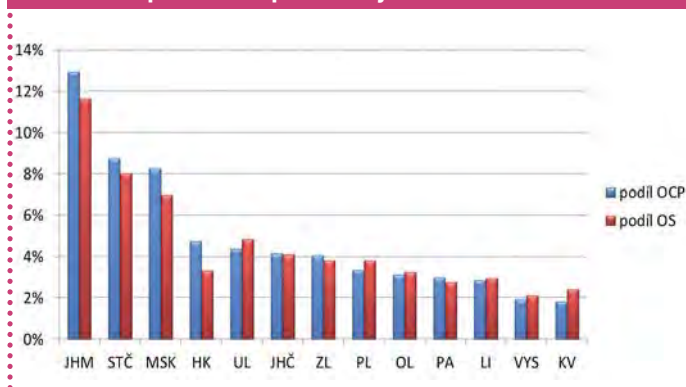
Z analýzy auditora NSG Morison vyplývá mimo jiné i to, že z celkového počtu obchodních společností ženy tvoří stále zatím jen 14 %. V necelé pětině všech firem je vedení smíšené. Ženy ovládají spíše malé mladší firmy, muži střední podniky, avšak u větších společností je poměr vyrovnaný. Podnikatelky mají nejvíce všeobecně ekonomické vzdělání, zhruba 54 %, a 20 % má vzdělání technického směru. Na 40 % podnikatelek se zabývá podnikáním technického charakteru či v oboru, kde se předpokládá spíše mužské zapojení.

Pozitivní zprávou je, že stále více malých a středně velkých firem zvládlo zvrátit negativní vývoj a opět nabírají dech (80 % podnikatelek očekává pro rok 2014 vyšší obraty). Podnikatelky začínají rozšiřovat své business aktivity, i když pro většinu z nich má největší prioritu udržet si stávající zákazníky (91 %). Nově se podnikatelky začínají zajímat o zahraniční trhy (až 40 % oslovených žen má ambici

iRating finalistek OCP v roce 2013 a 2014



Obchodní společnosti podle kraje



Z čeho mají podnikatelky největší strach?



expandovat na zahraniční trhy do 2 let), což pro budoucnost ukazuje na udržitelnější zvrácení nedávného negativního trendu. Největší obavy mají podnikatelky z nemožnosti nalézt kvalitní zaměstnance či určité profese na pracovním trhu.

Petr Šíma, zakládající partner poradenské firmy NSG Morison nad rámec analýzy konstatoval: „Mnohé ženy si stále více uvědomují, že po letech podnikání je dobré se na jejich firmu podívat jiným pohledem než zevnitř firmy. Daleko více než muži si připouštějí, že nemohou být nejlepší ve všech procesech uvnitř firmy, proto daleko více využívají externí zdroje a proaktivně vyhledávají nástroje, jako je například audit, který jim ověří správnost všech kroků. Ženy si stále více uvědomují, že jejich firma, stejně jako sám život, může přinést mnohé nepředvídatelné situace, a proto mají daleko větší snahu připravit svou firmu na více budoucích scénářů, a to i v otázce nástupnictví. Přestože to může znít jako klišé, moc bych si přál, aby všechny letošní finalistky byly příkladem pro naše děti. Není důležité v této soutěži získat cenu, ale nebát se ukázat právě toto pozitivní.“

„Úspěšné české podnikatelky jsou progresivní z hlediska využívání moderních technologií – nebude náhodou, že právě technologicky inovativní majitelky firem se dostaly mezi finalistky soutěže. Více než polovina finalistek běžně používá cloudová řešení, oblíbené jsou třeba mobilní zařízení s podnikovými aplikacemi (52 %). Do budoucna se chtějí zaměřit na cloudová řešení pro spolupráci a sdílení na

dálku (25 %), na pronájem serverů v cloudu či na nástroje na práci s velkými daty (obojí třetina). Je velmi pozitivní vidět, že nejdynamičtěji rostla firma zaměřená na osobní a profesní rozvoj. Myslím, že to je dobrá zpráva o českém businessu. I my se snažíme pomáhat firmám rozvíjet se v nových oblastech. Marii Jířů držíme palce i do budoucna,“ sdělil Ondřej Novodvorský, ředitel pro malé a střední firmy, Microsoft ČR.

„Jsem ráda, že se ČSOB stala novým patronem Ceny Výjimečná podnikatelka v rámci soutěže Ocenění českých podnikatelek. Naše partnerství nám umožnilo seznámit se s řadou velmi zajímavých obchodních i osobních příběhů žen-podnikatelek. Naše banka v rámci svého působení na českém trhu podporuje malé a střední podnikatele, spolupráce s OCP nám však dává větší příležitost zaměřit se i na podporu podnikatelek a pomoci jim se specifickými výzvami, kterým každodenně čelí,“ uvedla Michaela Lhotková, ředitelka Segmentu Firemního bankovníctví ČSOB.

„Allianz pojišťovna dlouhodobě podporuje inovační prostředí a inovace obecně. Chápe proto, jak obtížné je vrhat se do neznáma a sázet na nevyzkoušené postupy. Za hlavní faktory, z vlastní zkušenosti, považujeme odvahu, vízi, energii a sílu dotáhnout nové věci až ke zdárnému konci. Je důležité, aby firma zdravě prosperovala a uměla se inovativně vyrovnat i s nepříznivým vývojem situace na trhu,“ shrnula regionální ředitelka společnosti Šárka Dolanská. (tz)

www.oceneniceskychpodnikatelek.cz

Budoucí priority podnikatelek

Vítězky
7. ročníku soutěže

Malá společnost

1. TLC – Top Language Centre, s. r. o. Taťána Nepustilová
2. Dag-mar travel, s. r. o. Dagmar Žáková
3. Eko-Mil, s. r. o. Marie Stránská

Střední společnost

1. Praktik Papír, s. r. o. Margarita Špalková
2. Recyplast CZ, s. r. o. Ivana Schmidtová
3. Channel Crossing, s. r. o. Lenka Doležalová Pavilková

Velká společnost

1. AC-T servis, spol. s r. o. Jana Erbová
2. Lubricant, s. r. o. Zdena Heyn Edlová
3. Levné potraviny, s. r. o. Hana Havriljaková

Cena za výjimečný růst firmy
(pod patronací Microsoft)

Centrum andragogiky, s. r. o. Marie Jířů

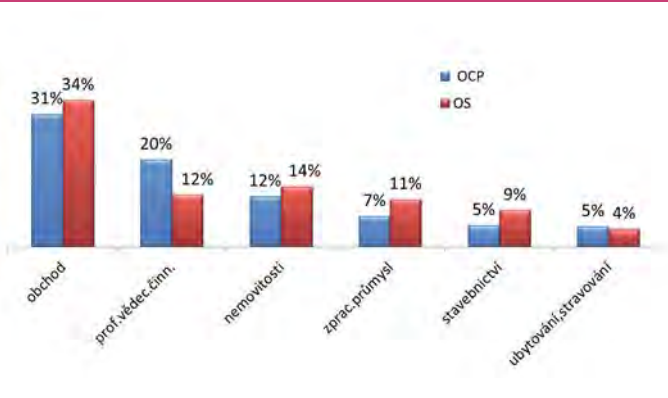
Cena Výjimečná podnikatelka
(pod patronací ČSOB)

Aspius, spol. s r. o. Ilona Klímová

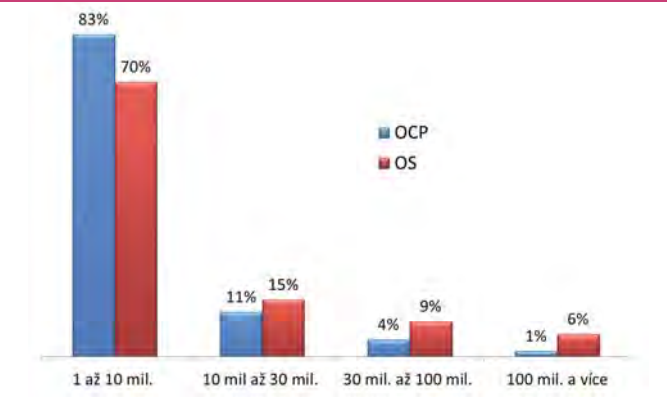
Cena za inovativní řešení
(pod patronací Allianz)

AGD Print, s. r. o. Taťána Džavíková

Společnosti podle vybraných odvětví



Společnosti podle tržeb



Stopy podzimu

Pozorovala jsem za oknem podzim v jeho plných barvách a nabírala pomyslnými doušky energií, o níž jsem tušila, že v sobě nese požehnání plodů, hloubky moudrých tónů listopadového klidu, k němuž příroda spěje, a chuť ohníčků, jež proniká vším, i sousedovou náladou. Usmívala jsem se na padající list jabloně, který se snažil v lehkém vánku pomalu k zemi, jako by se rozmyšlel, jestli spadnout, nebo ještě ne. Předposlední měsíc roku si maloval své plány po zahradě zcela neomylně a ponoukal mne k tomu, abych i já přidala ruku k dílu. Znovu jsem si uvědomila, z čeho se tohle nádherné roční období skládá, co všechno pro nás má a kolik inspirace z něj můžeme čerpat. Samu sebou k němu patří i trocha nostalgie, mlhy našich snů i teplo domovů. A pohazení po duši, které nám všem stále nějak více a více chybí.

Eva Brixi



Tip Grady

Pravidla pozitivního sobectví



Buďte spokojenější s deseti pravidly pozitivního sobectví! Abychom se mohli zabývat a starat o svět kolem, musíme především důvěřovat sami sobě. Díky knížce, která staví na pozitivní psychologii, si srovnáte priority nebo zlepšíte vztahy. Autorka vám prostřednictvím zajímavých příběhů a tipů ukáže, jak si nejlépe poradit s nejčastějšími životními situacemi – od partnerství, splnění životních přání a uspořádání domova přes práci až po krásu či zdraví. Může vás inspirovat, i pokud řešíte některé neblahé následky současného životního stylu, potíže se sebevědomím nebo přemírou stresu.

partneři www.madambusiness.cz

generální partner:

DESIGN4net

www.design4net.cz

hlavní partner:



www.ovus.cz

partneři:

your chance

www.yourchance.cz



www.svatebni-dorty.cz



www.pardubickypernik.cz



www.tsoft.cz



www.coop.cz



www.konopnyshop.cz



www.balamina.cz



www.vinoabobule.cz



www.modelpraha.cz



www.zpmvcr.cz



www.zts.cz



www.laznejachymov.cz

Prosperita Madam Business

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 8, listopad 2014

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

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

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

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

Tisk: Beton & Print, s. r. o., Distribuce: 5 P Agency, spol. s r. o.

Placené textové materiály jsou označené grafickým symbolem ■■■

www.madambusiness.cz

Šéfredaktor: Martin Šimek

Internetový marketing: Media Know, www.mediaknow.cz

Doporučujeme vám
kosmetickou poradnu GERnétic
na www.madambusiness.cz



Co by podle vás nemělo chybět v moderním marketingu?

Monika Špišserová
marketing Daramis Group

Nejúspěšnější marketingové kampaně šíří své poselství prostřednictvím všech dostupných platform. Určitě záleží na produktu, nicméně základem je podle mého názoru poutavá kreativita, velmi jednoduchý vzkaz. Pak už je nutné použít veškeré dostupné nástroje jako SEO, placené vyhledávání, sociální média, blogy, outdoor, call to action, registrace a nezapomenout na osobní setkání, jako jsou open house a jiné outdoor akce. Tradiční a moderní marketingové techniky jsou partneři, kteří usilují o stejný cíl.



Mají to podnikatelky a manažerky v životě složitější než jejich mužské protějšky?

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

Jednoznačnou odpověď nemám, v životě to závisí na rolích a postojích každého jedince. Názory a zkušenosti uváděné v rozhovorech ve vašem časopisu to potvrzují a jednotlivé situace se velmi odlišují. Má-li žena zázemí, a to platí i pro muže, nemá to patrně v životě výrazně těžší. Bezohledně ambiciózní jedinec nebo žena či muž s partnerem nerespektujícím role druhého, to těžší mít může. Ale zastávám názor, že každý je svého štěstí strůjcem. A pak tu jsou potíže objektivní. V podniku mám vedle deseti ředitelů poboček a úseků pět žen ve stejných pozicích. Zvládají obdobné manažerské situace a různé životní potíže osobního i rodinného rázu řeší všichni občas také. Důležité je pochopení druhého, okolí a podaná pomocná ruka.



Informace do kabelky

Firemní školka v Lišce

Pampeliška, firemní školka Českomoravské stavební spořitelny, oslavila své pětileté narozeniny 10. listopadu v Praze. ČMSS byla jednou z prvních společností v České republice, která svým zaměstnancům nabídla denní péči o předškolní děti. „Jde o významný projekt společenské odpovědnosti firmy v rámci work-life balance, podpory našich zaměstnanců/rodičů,“ řekl Vladimír Staňura, předseda představenstva Českomoravské stavební spořitelny. Od prvních dní nabízel školka ucelený týdenní program (plavání, flétna, házená, angličtina) doprovázený dalšími aktivitami jako výlety, exkurze, divadla, koncerty atd. Školka organizuje i různé preventivní zdravotní programy, například testování zraku, sluchu, péče o zuby atd.). Standardní provozní doba je celoročně od pondělí do pátku od 7 do 17 hodin. Rodiče si mohou domluvit také individuální docházku dětí, například tři dny v týdnu, šest hodin denně a podobně. Volná kapacita školky je k dispozici i pro děti rodičů, kteří nepracují v ČMSS. Provoz školky zabezpečuje společnost Firemní školka, s. r. o., která má s vedením zařízení tohoto typu bohaté zkušenosti. Zajišťuje celoroční vzdělávací program dětí, který je obsahem shodný s programem státní mateřské školy. Zabezpečuje odborný personál s odpovídajícím pedagogickým nebo zdravotnickým vzděláním i zkušenostmi. Školkou za dobu fungování prošlo celkem 265 dětí, z toho 119 děvčat a 146 chlapců. (tz)

Vytvářet udržitelné hodnoty má smysl a není to nic nákladného

Druhý ročník akce s názvem Podnikáme odpovědně uspořádala v Praze dne 2. října 2014 Asociace společenské odpovědnosti v rámci Evropského týdne malých a středních podniků 2014 ve spolupráci s Nizozemsko-českou obchodní komorou, Asociací malých a středních podniků a živnostníků ČR a Radou kvality ČR. Záštitu převzal JUDr. Ing. Robert Szurman, předseda Rady kvality ČR. Ten také na místě pokřtil průvodce s názvem Tipy a triky – Společenská odpovědnost pro malé a střední podniky, kterou Národní středisko podpory kvality ČR a Asociace společenské odpovědnosti v září 2014 vydaly.

Publikace přináší malým a středním podnikům cenné tipy a rady, jak pochopit význam společenské odpovědnosti, pomáhá jim rozvíjet již existující silné stránky a otevřít se novým příležitostem s pozitivním dopadem na společnost. Dokazuje, že společenská odpovědnost není nic složitého ani nákladného a že vytvářet udržitelné hodnoty má smysl. Zástupci malých a středních podnikatelů, státní správy a neziskového sektoru se sešli v příjemném komorním prostředí na půdě velvyslanectví Nizozemského království. Dopolednem provázela Lucie Mádlová, výkonná ředitelka a zakladatelka Asociace společenské odpovědnosti a Specialistka CSR Národního střediska podpory kvality. Hosté si v průběhu dne mohli dopřát masáž šije od nevidomých masérů sociálního podniku Novida. Čerstvými ovocnými a zeleninovými šťávami pohostila společnost UGO. Welcome drink s quaranou a raw food občerstvení v bio kvalitě, produkováno bez chemie s ohledem na lidské zdraví i přírodu, připravily Freshbedýnky.

Pro každého něco jiného

Kromě zajímavých řečníků na účastníky čekal i společensky odpovědný doprovodný program. Akce byla zároveň spojena se sbě-

rem starého oblečení, kdy část vybraného oblečení pomohla lidem v nouzi a ze zbytku společensky prospěšný projekt FOREWEAR účastníkům akce ušil v chráněné dílně Fokus Vysočina v Chotěboři praktický a designový zápisník. Všichni se shodneme na tom, že odpovědné podnikání znamená pro každého něco jiného, vychází z malíčností a každý jednotlivec má ke svým činům jinou motivaci. Podstatné je, že stále více lidí přemýšlí nad využitelností věcí, času a svých schopností, pomáhá druhým, stará se o své okolí a vnímá potřebu osobní odpovědnosti za udržitelnou budoucnost. Začít může každý a hned. I tady platí, „Co můžeš udělat dnes, neodkládej na zítra“.

Cena za společenskou odpovědnost Podnikáme odpovědně

Projekt Podnikáme odpovědně má významnou odezvu, a to Cenu za společenskou odpovědnost nazvanou stejně: Podnikáme odpovědně. Tu letos vůbec poprvé vyhlásí Rada kvality ČR, Asociace společenské odpovědnosti, Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR a P3 – People, Planet, Profit v kategoriích:

- ✓ Malý a střední podnik
- ✓ Rodinná firma
- ✓ Sociální podnik

Cena bude vyhodnocovat malé a střední podnikatele a rodinné firmy, je-

jichž odpovědné chování pozitivně ovlivňuje nejen ostatní organizace, ale i samotné spotřebitele. Zvláštní kategorií v ceně budou tvořit sociální podniky. Ty vyvíjejí podnikatelské aktivity prospívající společnosti a životnímu prostředí, svou činností zvyšují veřejný prospěch, vytvářejí pracovní příležitosti pro oso-



Ing. Lucie Mádlová, Ph.D.

by se zdravotním nebo společenským znevýhodněním. Zisk je navíc z větší části použit pro další rozvoj sociálního podniku. Cena by rovněž měla inspirovat média k tomu, aby se nezabývala pouze společenskou odpovědností velkých firem, ale prostor dávala i silným příběhům ze světa odpovědného podnikání těch menších, mnohdy rodinných firem či sociálních podniků. Zájemci, kteří budou usilovat o získání ceny, vyplní krátký sebehodnotící dotazník, v němž je důraz kladen na regionální aspekty a dopady společenské odpovědnosti a je navržen tak, aby i podnik, který společenskou odpovědnost (CSR) ve své strategii prozatím neidentifikuje, pomohl zjistit svou pozici v rámci CSR a zhodnotit stávající aktivity. První ročník ceny Podnikáme odpovědně bude oficiálně odstartován v listopadu 2014 při příležitosti slavnostního večera na Pražském hradě v rámci Měsíce kvality v ČR. Více informací k soutěži naleznete na stránkách Národní politiky kvality www.npj.cz.

Ing. Lucie Mádlová, Ph.D.
výkonná ředitelka a zakladatelka
Asociace společenské odpovědnosti ■■■



Jsem pro parádění dětí



Michaela Kinder s dcerou (uprostřed)

S námi budou vaše děti za hvězdy, přesvědčuje rodiče internetový portál a e-shop Baby in style. Co se skrývá za oblečením, doplňky a hračkami, které tolik připomínají to nejlepší ze Západu? Zakladatelkou a majitelkou je Michaela Kinder, podnikající maminka, která prožila řadu let v zahraničí a jejíž manžel je rodilý Australan. S ní jsme si povídali nejen o módě pro naše potomky.

Jak si splnit sen a podnikat, když máte malé dítě, navíc ve dvoukariérovém manželství?

Dlouho jsem toužila začít podnikat a pracovat sama pro sebe. Snila jsem o tom vytvořit obchod, ve kterém budu maminkám i dalším zájemcům o kvalitní a originální zboží pro děti nabízet to, co mi na našem trhu chybí. I děti si totiž zaslouží krásné, stylové oblečení, ve kterém se budou skvěle cítit. Sama mám doma malou parádnici a na svých četných cestách do zahraničí vždy vyhledávám to nejlepší pro ni – a nyní, kdy jsem si svůj sen začala plnit, i pro své zákazníky.

Měla jsem několik nápadů, jak začít podnikat, ale nakonec jsem, také vzhledem k tomu, že jsem na rodičovské dovolené, zvolila variantu internetového obchodu, abych svou malou dcerku nezanedbávala. Manžel kvůli své práci hodně cestuje, takže jsem na péči o naši dceru

většinu času sama. Na práci mám tedy velmi omezený čas – přes poledne, když dcera spí, a pak večer, když už zase ulehne. Člověk musí hodně dobře plánovat, ale zvládnout to jde.

Jaké jsou rozdíly v přístupu rodičů k oblečení a hračkám pro děti u nás a v zahraničí, kde jste delší dobu žila? Jsou české maminky a jejich požadavky úplně jiné, nebo více méně stejné?

Principiálně chce každá máma pro své děti to nejlepší, další hlediska pak vycházejí z prostředí a mentality. Například ve Švýcarsku je pro nakupující při výběru zboží hodně důležitá značka a s tím spojená kvalita, ve Francii zase lidé kladou největší důraz na vzhled a styl. Požadavky logicky vycházejí z různorodé mentality jednotlivých zemí... Švýcarsko má vysoký životní standard a ženy ve Francii

jsou svou elegancí a stylem známé po celém světě. U nás zase ženy nejvíce hledí na praktičnost – například bílé dětské oblečení je tak v našich podmínkách prakticky neprodejné. A přitom dětem tak moc sluší! I zde hraje hlavní roli mentalita české ženy. Ta je většinou pečlivou hospodyňkou a starostlivou matkou a na sebe samu jí pak moc času nezbývá. Pravdou ale je, že i to se v naší zemi začíná měnit a ženy čím dál více dbají na svůj zevnějšek a eleganci. Samozřejmě také tyto obecné generalizace nelze brát úplně doslova, v každé zemi, a tedy i u nás, jsou přirozené výjimky.

Proč jste se nakonec rozhodli s manželem a dcerou přestěhovat ze Švýcarska a žít v Praze?

Oba s manželem milujeme Prahu a švýcarská mentalita nám nevyhovuje, život tam tedy nebyl naším snem. Tady v Čechách máme spoustu skutečných přátel, ve Švýcarsku jsou to téměř výhradně obchodní partneři. I když jsou určité stránky české typické mentality, na které nejsem pyšná, tak život tady je mnohem příjemnější a veselejší. Manžel vždycky, když vidí rozesmáté tváře někde v parku nebo v restauraci, říká: „Vidíš je, jak se umí bavit? To by se ve Švýcarsku nestalo.“ No a samozřejmě česká kuchyně, pivo a zmíněný humor nejsou zanedbatelné. I když je pravda, že francouzskou kuchyni také miluji...

Jak se mění přístup rodičů k nákupům pro děti? Kladou důraz „jen“ na funkčnost a kvalitu, nebo také právě na styl? A na co by měli rodiče dávat při výběru dětského oblečení obzvláště pozor?

Tohle přesně vychází z toho, jak rodiče přistupují k nákupům pro sebe. Pokud jsou zvyklí sami se oblékat stylově, pak stylově obvykle oblékají i své děti.

Co se týče změn, vývoje, těší mě, že více a více rodičů přesouvá při výběru zboží pro děti dů-

No a pak také radím myslet na to, aby to dětem slušelo a cítily se dobře. Je to totiž důležitější, než se nám – logicky zahlceným praktickými aspekty – někdy zdá. Jen si vzpomeňme, jak jsme se sami jako děti cítili, když jsme museli mezi ostatní děti přijít v něčem, co jsme pokládali za „děsné“. Jak citlivě jsme vnímali, když se nám zdálo, že jsou kamarádi či spolužáci oblečení lépe než my.

raz čistě jen z ceny na poměr ceny a kvality. I když v tom bohužel u nás máme stále velké rezervy a někdy zapomínáme na slova klasika: „Nemám na to, abych kupoval levné věci.“ Do-
poručuji všem zaměřit se při výběru kvalitního zboží na materiál ve smyslu pohodlnosti, přirozeně zdravotní nezávadnosti a hlavně odolnosti (jak vůči nešetrnému zacházení, kterému se u dětí nelze vyhnout, tak vůči častému praní, při kterém jen u kvalitního oblečení zůstává zachován tvar i barvy).

No a pak také radím myslet na to, aby to dětem slušelo a cítily se dobře. Je to totiž důležitější, než se nám – logicky zahlučeným praktickými aspekty – někdy zdá. Jen si vzpomeňme, jak jsme se sami jako děti cítili, když jsme museli mezi ostatní děti přijít v něčem, co jsme pokládali za „děsné“. Jak citlivě jsme vnímali, když se nám zdálo, že jsou kamarádi či spolužáci oblečení lépe než my.

Samozřejmě není nutné (a většinou ani možné) oblékat děti od hlavy až po paty výhradně do nejdražšího značkového zboží. Vybrat oblečení pro děti je potřeba s rozumem a notnou mírou pragmatizmu. Určitě se ale vyplatí investovat alespoň do několika „reprezentativnějších kousků“, a když budeme vybírat takové oblečení, které se vyznačuje dobrým poměrem

mezi stylem, kvalitou a originalitou na jedné a cenou na druhé straně, můžeme dosáhnout spokojenosti své i svých potomků.

Oblečení do školy je zcela zvláštní kapitolou v dětském šatníku. Co považujete za nejvhodnější, ještě přijatelné a co už je „za čarou“?

Dětské oblečení do školy by mělo být hlavně pohodlné, z kvalitních materiálů a dobře střžené, aby školákům perfektně sedělo. Musí se v něm cítit spokojeně. To jim pomůže k většímu sebevědomí, a tím mimo jiné i respektu spolužáků. Také se mohou v klidu soustředit na výuku a nemusí být nervózní ze špatně padnoucího nebo kousavého oblečení. „Za čarou“ jsou podle mě extrémní typy oblečení o dvě čísla většího, zapraného, anebo na druhé straně velmi drahého značkového oblečení. To pak může vést k vyčleňování z kolektivu, či naopak k nežádoucímu pocitu nadřazenosti.

Vztah k oblékání a módě se zejména u děvčat vytváří už od malička. Jaký máte názor na „parádění holčiček“? Odkud přicházejí hlavní trendy v módě pro děti a jaký bude podzim?

V první řadě to rozhodně platí i u chlapců a řekla bych, že tam je to nejvíce vidět. Já jsem absolutně pro parádění, a to nejen holčiček, ale i chlapců. Nerada vidím děti ve vytaháných sepraných teplácích v tmavých odstínech barev. Děti si zaslouží barevné a skvěle padnoucí oblečení. A co se týče módních trendů

v dětském oblékání, ty jsou utvářeny „velkými hráči“ oděvního průmyslu. Tento podzim by podle trendů vaše děti rozhodně měly mít bavlněné sako, pelerínu a pohodlné kalhoty nebo hřejivě kraťasy.

Čím vás zaujala značka My Doll, na niž máte výhradní zastoupení v ČR a SR a jejíž produkty nabízíte v e-shopu Baby in style?

Značka My Doll mne zaujala především svou filozofií návratu k tradicím a rodinným hodnotám a svým důrazem na kvalitu zpracování a použitých materiálů. V dnešním světě pře-



plněním plasty a elektronikou je to spíše výjimka. A já mám výjimečné věci ráda. My Doll jsem objevila, když jsem sháněla pro svou dcerku právě takovou výjimečnou panenku. A ty od My Doll jsou látkové a ručně šité z ekologických a naprosto zdravotně nezávadných materiálů. A dají se prát v pračce, což každá maminka určitě ocení.

Ve svém e-shopu nyní nabízím kromě panenek My Doll také další zboží této značky – náhradní oblečky pro panenky, doplňky do pokojíků a také naprosto kouzelné oblečení pro malé parádnice. Všechno je to takové „princeznovské“ zboží, které dýchá nádhernou pohádkovou atmosférou. Náš stánek na veletrhu hraček a her For Toys zejména díky tomu získal ocenění Top Expo, které mě nesmírně těší, protože ho vnímám jako potvrzení, že jsem pro své zákazníky zvolila něco skutečně výjimečného.

Blíží se Vánoce a rodiče s dětmi už možná píší Ježíškovi o dárky. Co byste jim doporučila nadělit pod vánoční stromček?

Nabízí se říci „oblečení z našeho e-shopu“, ale všichni víme, že měkké dárky děti větši-

nou moc nenadchnou. V našem sortimentu je však oblečení pro děti až do 14 let, takže třeba ti starší už by nějaký zajímavý kousek ocenili. Ale každou holčičku jistě potěší rozkošná látková panenka ve vyšíváných

šatičkách, které lze převlékat. Pro ty nejmenší nebo jejich maminky bych pak doporučila třeba něco z vybavičky do dětského pokoje. No a každopádně by každé dítě mělo pod stromčkem najít alespoň něco z toho svého seznamu pro Ježíška...

za rozhovor poděkoval Pavel Kačer
www.babyinstyle.cz



Auta, která pracují za nás...

Žena a auto – ještě před 15 lety bylo toto spojení vnímáno s despektem a řadou chlapeckých fórků, posměšků a čehosi, co bere pánům prostor, v němž kralují. Ale časy se mění a žena a auto má dnes zcela jinou celospolečenskou polohu. Zní sexy, má náboj. A nejen to. Žena je pro mnoho prodejců fenomén, který nelze podceňovat, ba naopak. Výrobci poznali, že při vývoji určitého sortimentu je prospěšné pamatovat i na ženy a nezásobovat trh univerzálními produkty. Ať jsou to židle, lyže, nebo automobily. A jak se změnila auta právě s ohledem na ženy? Na to jsem se zeptala tiskové mluvčí Peugeot Česká republika, Ing. Radky Matthey.

U značky Peugeot působíte skoro dvě desetiletí. Můžete dobře srovnávat. Jaká tedy byla auta očima ženy tehdy a jaká jsou dnes? „Mnohem chytřejší, pohodlnější a bezpečnější. Dnešní auta umí věci, které byly před 20 lety z říše fantazie. A to, co bylo před 20 lety luxusem, je pro dnešní vozy standardem, jako třeba ESP, klimatizace nebo tempomat. Moderní auta umí hlídat mrtvý úhel, bezpečnou vzdálenost, sama parkují, sama si zapínají a vypínají stěrače a světlá. Dokonce dálková světlá jsou automatická. Jakmile zaregistrují v dále světlá jiného vozu, sama zhasnou. Sama taky brzdí, když hrozí nebezpečí kolize.“ Říkám si, jestli těch nových technologií není až moc. Jestli nás při výběru toho kterého modelu neodrazuje ta přemíra informací, vylepšení, nutnosti naučit se novoty pochopit a užívat je. Přece jen – čeho je moc, toho je příliš. „Neřekla bych. Ženy mají dnes velice kladný vztah ke všemu, co jim jakoukoli práci ulehčí a zjednoduší, a vítají každou pomoc. Je přece báječné, když se vám auto samo otevře, aniž musíte lovit klíč v kabelce, protože automobil ví, že tam je,“ namítla Radka Matthey a pokračovala: „Nebo se váš mobil sám připojí a jeho displej se zkopíruje na dotykovou obrazovku ve voze.“ Souhlasím, spojení žena a auto bude brzy jako dvojitě perpetuum mobile. Auto vás dnes podrží

při rozjezdu do kopce, hlídá si tlak v pneumatikách, samo si zatáhne ruční brzdu, posvítí vám na cestu, než dojdete z auta domů, masážní sedadla vám masírují záda... Co bychom chtěly? „A pozor, to nemluvím o výbavě vyhrazené nejluxusnějším vozům, o kterých si myslíte, že na ně nikdy nebudete mít. Jde o auta dostupná peněženecce běžné domácnosti. Názorným příkladem je nový Peugeot 308. Ten za to, avšak nejen za to, získal titul Auto roku 2014,“ neodpustila si Radka Matthey. Musím uznat, je toho docela dost a člověk si tohle všechno uvědomí nejlépe asi v okamžiku, kdy uvažuje o výměně jednoho miláčka za druhého, tedy automobilu, nikoli životního partnera. Dovolte tedy, abychom si na jednom z modelů značky Peugeot vše nechali názorně dokumentovat: Začneme bezpečností. Pro ženy je to jedno z významných hledisek. Zejména tehdy, když vozí malé děti. Nový Peugeot 308 má například Driver Assistance Pack. Tento chytrý vynález používá radary v přední části vozu a hlídá, abyste byla v bezpečné vzdálenosti do vozu před vámi. Červené očko na palubním počítači na vás mrkne, jakmile bezpečnou vzdálenost, kterou si mimochodem nastavíte podle svého, překročíte. Dostanete-li se na vzdálenost životu nebezpečnou,

pípne a auto automaticky brzdí. Zkrátka strážný anděl, který odvrátí kolizi. Umí ale ještě jednu užitečnou věc. Má adaptivní tempomat, který dokáže automaticky přizpůsobit vaši rychlost vozu, který jede před vámi. Na dlouhých cestách po dálnici to oceníte. Prostě zapnete tempomat, pověsíte se za auto, co jede před vámi, a jedete. Bezstarostně, prostě relax.

Parkování je další proces, za který muži nás, ženy, moc nechválí. Zajímalo mě tedy, jak funguje systém Park Assist. Nemám ráda parkování do řady, zvláště s dlouhým autem, a systém, který to udělá za mě, a navíc bravurně, ráda využiji. A nejsem sama. Jak to funguje? Stisknete tlačítko a zpomalíte na 20 km/h. Auto začne pátrat po volném místě. Jakmile ho najde, upozorní vás a vyzve, ať pustíte volant a řídíte se jeho pokyny. Vy ovládáte pedály, volant se točí sám. Auto se bez zaváhání zařadí. Opravdu. A vy jste jen překvapená, jak malý pruh mu stačí. Sama byste si patrně netroufla. Ale to není ještě všechno, třistaosmička umí také zacouvat do příčného stání. Také dokáže sama vyjet z parkovacího místa. Park Assist ale není jediným doplňkem, který



vám pomůže při parkování. Peugeot 308 může mít také přední a zadní parkovací asistent nebo couvací kameru. Takže – parkování s Peugeotem může být už docela zábavou.

Už jste někdy přehlédla na silnici auto, nebo dokonce motoru v mrtvém úhlu? Nebo jste někdy zapomněla zatáhnout ruční brzdu? Může to být fatální. Dnešní auta už ale lidské chyby tolerují. Systém sledování mrtvého úhlu pečlivě hlídá pravou i levou stranu, a zaznamená-li v mrtvém úhlu vozidlo, rozsvítí v zrcátku oranžovou kontrolku. Kdyby tak tuto vychytávku měla všechna auta! To by ubylo nehod! A dalšímu malému, a to v podobě nezatažené ruční brzdy a následného samovolného rozjetí auta, zabrání automatická ruční brzda. Zatahuje a uvolňuje se úplně sama, a to je opravdu pohodlné; brzy zapomenete, že ji vůbec máte. Ale všeho s mírou, neberte tuhle vychytávku jako samozřejmost. Pokud předsednete do jiného auta, které tenhle zlepšovák nemá, vzpomeňte na vše, co vás učili v autoškolě. Tak bezpečnostní prvky bychom měli. Tedy ve skutečnosti je jich mnohem víc, samozřejmě ESP, REF, EVA, úchyty dětských sedáček ISOFIX, šest airbagů, pomoc při rozjezdu do kopce Hill Assist, omezovač rychlosti atd., ale ty už určitě znáte. Peugeot 308 má nejvyšší počet hvězdiček ve zpřísněných nárazových testech Euro NCAP, takže je zřejmé, že se myslelo opravdu na všechno. Přesedlejme ale do jiné kategorie, mojí preferované, a sice komfort. Nebudu se rozepisovat o tom, jak se zaboříte do vyhřívaného sedadla z jemné voňavé kůže, otevřete si panoramatickou střechu a necháte si zaplavit kabinu světlem, z klimatizované schránky u spolujezdce si vytáhnete vychlazenou minerálku, sound systém Hi-Fi vám přehrává vaši oblíbenou hudbu... Ano, to všechno jsem v Peugeotu 308 zažila a píše se o tom opravdu pěkně. Ale připomínám, že nejsme v luxusní limuzíně pro nejnáročnější klientelu, stále jsme „jen“ v Peugeotu 308.

„Nese stopu ještě dalších vymožeností moderní doby, o kterých byste před 20 lety ani nesnila. Mě osobně nadchlo bezklíčové otevírání a startování vozu. Nesnáším totiž to hektické šmátrání v mojí mamutí kabelce, kde mám sice všechno, ale stále mám problém něco najít, když to právě potřebuji. Auto rozpozná klíče mezi ostatním obsahem

tašky a samo odemkne dveře i kufr. Startuji stiskem tlačítka a stejně i vypínám motor. A když vůz opouštím, stačí pohlédit kliku a samo se zamkne. Pochopitelně pozná, že klíče jsou stále v mojí kabelce a nezapomněla jsem je ve voze, takže se nemusím bát, že bych si zamkla klíč uvnitř,“ popsala další kouzlo Radka Matthey. Zdánlivě jednoduchá, ale neocenitelná vychytávka v autě je také 230V zásuvka. Asi vás napadne, že si připojíte počítač nebo nabíječku na telefon, ale možností je víc. Fén, kávovar, kulma, vysavač... Vaše auto zvládne mnohem víc než přepravovat lidi a věci, může být na chvíli mobilní kancelář nebo provizorní pokojek. Z kategorie komfort ještě zdůrazním již vzpomenutou masážní funkci sedadel. Při dlouhých cestách není



nic lepšího než se odreagovat a uvolnit masáží. Dnešní auta si vás prostě hýčkají.

Ale abychom nebyly sobecké a nezapomněly na pány. Ve 308 jsem objevila jeden doplněk výbavy, o kterém jsem vůbec netušila, že existuje. Jmenuje se Driver Sport Pack, a jestli je v tom vašem chlupoví kousek závodníka (jakože je skoro v každém), bude nadšený. Tento doplněk se ovládá, jak jinak, také tlačítkem. Palubní počítač zrudne, zvuk motoru zhrubne a vydává takové burácení, při kterém se mužům zvedá hladina adrenalinu, převodovka a posilovač řízení změni parametry a přizpůsobí se sportovní jízdě... Ano, to všechno Peugeot může nabídnout... Myslím, že taková projížďka může bavit oba – ženu i muže.

„Ještě nad jedním doplňkem bych se chtěla pozastavit. Před 15 lety oslovil jen některé z nás a ti si ho za na dnešní poměry nehoráznou cenu koupili do svého luxusního auta. Byl to zážrak techniky. Ano, mluvím o navigaci,“ upozornila Radka Matthey. „Všimli jste si, jak za ta uplynulá dvě desetiletí vývojově poskočila? Ta v Peugeotu 308 se zobrazuje na dotykovém displeji, je přehledná, snadno ovladatelná, varuje vás před dopravními komplikacemi, v předstihu hlásí, do jakého pruhu se zařadit a jak vypadá následující křižovatka. Připomíná, jaká je povolená rychlost tam, kde právě jedete, zobrazuje, kde jsou čerpací stanice, restaurace, servery Peugeot a další objekty vašeho zájmu. A má funkci Birdview, tedy

perspektivní zobrazení mapy. Umí vypočítat trasu, na které spotřebujete nejméně paliva, a tak dále, a tak dále.“

Navíc umí česky.

Zkrátka všeuměl.

A nestojí 50 000, jako kdysi. Pořídíte ji

za 10 000 korun,

a k tomu dostanete

rádio s CD a MP3,

vstup Jack, JukeBox,

dva USB vstupy, šest

reproduktorů, HF blue-

tooth... Když jsme u HF

bluetooth, musím potvrdit, že

mne překvapilo, jak se auto s telefonem

okamžitě spřátelí. Jako by se znali odjakživa.

Auto si přetáhne kontakty, včetně profilů

(i s fotkou), hudbu nebo audio knížky, které

máte uložené v telefonu (klidně přehrává i in-

ternetové rádio), a dokonce můžete vést dva te-

lefonické hovory současně. Technický pokrok

jde zkrátka kupředu.

Mám pocit, že moderní auta jsou něco jako

science fiction, a Peugeot 308 je výtečným ná-

zorným příkladem. Vypadá to, že řidič dnes

už není zaměstnanec, který musí myslet na

všechno, ale manažer, který dohlíží, aby vše

fungovalo, jak má. Cílem je vaše maximální

pohodlí a bezpečnost, což spolu navýsost sou-

visí. Jak to asi bude vypadat za dalších 20 let?

Peugeot už dnes začíná pronikat do světa

automaticky řízených aut. A nemyslete – bu-

doucnost se na nás řítí rychlostí světla!

Tak brzy na viděnou!

připravila Eva Brixi ■■■



Co je dnes, nemusí být



Kateřina Benešová na jedné ze slavnostních akcí ACCA

ACCA

Kateřina Benešová je ředitelkou ACCA (The Association of Chartered Certified Accountants) pro Českou republiku, Slovensko a Maďarsko. Od založení pražské kanceláře v roce 2003 zodpovídá za budování obchodních vztahů a růst ACCA ve svěřeném regionu. Má rovněž zkušenosti s rozvojem nových trhů. Více než 15 let se podílí na odborné přípravě, poradenství a rozvoji lidí v profesním vzdělávání v oblasti

financí a účetnictví. Zkušenosti také získala při práci pro ATC International a Arthur Andersen. Je členkou profesní organizace CIPD (Chartered Institute of Personnel & Development). Je spoluzakladatelkou a členkou rady asociace ABSL Czech Republic (Association of Business Service Leaders) a také CFO Clubu na Slovensku. A ještě něco – je ženou, z níž na první pohled vyzařuje optimismus a pozitivní vnímání světa. Umí se smát a umí naslouchat.

V charakteristice vaší asociace se uvádí, že se snažíte nabízet prvotřídní kvalifikaci pracovním, schopným a ctízdostivým lidem po celém světě, kteří usilují o uspokojivou kariéru v účetnictví, financích a managementu. Ta formulace nezní špatně a mnohé napovídá...

Ano, vyjadřuje skutečnost, že cesta k profesnímu titulu ACCA není jednoduchá a není pro každého. Je opravdu třeba chtít a usilovat o uspokojivou kariéru a také myslet na budoucnost a nejen na to, že zrovna teď mám práci a nepotřebuji nic jiného. Všichni víme, že co je dnes, nemusí být nutně zítra.

Co si pod onou kvalifikací mohou představit?

Je důležité zdůraznit, že je to profesní kvalifikace. Tento pojem u nás stále ještě není úplně zažitý. Je rozdíl mezi profesní kvalifikací a akademickým titulem. Profesní kvalifikace vám

dává ujištění, že jde o specialistu v oboru, který na svém vzdělání stále pracuje, protože musí splňovat požadavky na celoživotní vzdělávání, ale také o tom, že má kolem sebe síť stejně smýšlejících kolegů a přístup k informacím, které nabízí jejich členská organizace. Ve většině případů jde o školení, konference, možnost se zúčastňovat různých debat, a aktivně tak přispívat k rozvoji profese. Důležité je vyměňovat si a sdílet informace takzvané best practices. Členská organizace také zajišťují možnost konzultace v různých situacích, ať už jde o technické téma, či například etické dilema.

Velice často hovoříte o etice v podnikání a ta v návaznosti na práci účetních hodně znamená. Jak ji vnímáte v asociaci? Jakou váhu jí přisuzujete?

Profesní etika a chování je jádrem všeho, co v Asociaci děláme. Etika je obsažená v 11 našich zkouškách z celkových 14, máme samo-

statnou zkoušku – Governance, Risk & Ethics, a také jako první profesní organizace na světě jsme představili samostatný Etický modul, který je nedílnou součástí na cestě za ACCA členstvím. Organizujeme pravidelně lokální a globální průzkumy a apelujeme na naše ACCA členy, aby podporovali a pracovali v etickém prostředí.

Někdo by mohl namítnout – život není černobílý a také špičkový odborník se může nevědomky splést nebo vědomě udělat něco, o čem si myslí, že je správné, vhodné, prospěšné, ale ostatní to mohou hodnotit jinak. Etika je houpačka, ale certifikovaní účetní ji mají asi přesně definovanou...

Neřekla bych, že ji mají přesně definovanou, ale určitě mají jasnější pohled na věci. A možná – co jiný člověk nepovažuje za etické dilema, náš ACCA člen či student o tom smýšlí jinak, přinejmenším se nad danou situací zamyslí. Každý z nás se narodil s jinou mírou etiky a morálních hodnot. Také se určitě díváme na různé situace jinak, když je nám 20, 30 a 40 let. Profesní a hlavně životní zkušenosti nás neustále učí. Je proto nesmírně důležité, že my máme snahu v našich zkouškách a také v našem Etickém modulu simulovat situace, kde je ACCA student postaven před situací a musí se k nim vyjádřit – jak on se zachová v daných souvislostech. A je samozřejmě důležité, aby se také zamyslel nad tím, jaké následky jeho rozhodnutí bude mít. Máme totiž snahu myslet příliš krátkodobě. A to se může leckdy nevyplatit.

Asociaci jako jedno z témat zajímá efektivita práce, což souvisí i s variabilitou pracovní doby. Po čem zaměstnanci firem dnes touží? Aby mohli pracovat z domova, nebo spíše po každodenním sociálním kontaktu?

Tohle je velice zajímavé téma. Hodně se o možnosti práce z domova hovoří a my jsme se na tuto možnost ptali v našem nejčerstvějším průzkumu jak zástupců generace Y, tak i zástupců firem, kteří generaci Y zaměstnávají. Zjistili jsme, že generace Y se opravdu na tuto možnost táže, ale relativně málo se využívá. Musíme zdůraznit, že my jsme se dotazovali specifické skupiny, která pracuje v oblasti financí a účetnictví, a toto prostředí patrně neumožňuje běžné práci z domova z důvodu senzitivních informací. Ženám po mateřské dovolené je práce většinou umožněna, ale běžným zaměstnancům pravidelně ne. Z našeho průzkumu a také po debatě se zaměstnavateli se ukazuje, že pro generaci Y je důležité tuto možnost mít a využívat ji, pokud by bylo třeba. Také pro zaměstnavatele je důležité, aby jejich zaměstnanci pracovali v týmu a rozvíjeli týmovou spolupráci a měli právě ten sociální kontakt.

nutně zítra

Z rozmanitých výzkumů máte unikátní data. O jakých z nich jste nejvíce přemýšlela a o čem svědčí?

Pro mě jsou zajímavá samozřejmě všechna, ale mám ráda náš průzkum o etice v podnikání a také vnímání účetní a finanční profese. Jsou pro mě důležité, protože ukazují na to, jak se firmy chovají a jak vnímají pojem etika, ale také to hodně vypovídá o naší společnosti. Nesmírně si vážím všech, kteří demonstrují své hodnoty v každodenním životě. Jeden člověk opravdu dokáže ovlivnit deset lidí a ty dalších deset a ty zase dalších deset a to už je pomalu hnutí. Každý z nás má možnost pozitivně ovlivňovat chování lidí kolem nás, našich business partnerů a firem, kde pracujeme.

Předpokládám, že mezi certifikovanými účetními je více žen než mužů, a proto jsou i v asociaci genderové otázky živé, a tuším, že i vaším osobním tématem. Je to tak?

Ano, samotnou mě velice zajímá téma žen v podnikání či ve vedení společnosti. ACCA má velmi vyrovnaný počet žen a mužů, a to skoro přesně padesát 50 % a 50 % mužů. A to jako globálně, tak i u nás v České republice. ACCA byla vůbec první profesní organizace na světě, která přijala první členku-ženu, a to již v roce 1909. Rovněž jsme měli první ACCA prezidentku. Naše kancelář také začala organizovat akce pouze pro ACCA členky, kde mají možnost se setkat s ostatními ženami, ale také si poslechnout jejich životní a profesní příběhy.

Letos si také připomínáte významné výročí, jež se váže i k světové prestiži asociace. Oč jde?

Letos 30. listopadu ACCA slaví 110 let! I zde je vidět, jak ve světě je profese dávno ukořisťována. A to zdaleka nejsme nejstarší Asoci-

ace profesních účetních. Tou je Skotský institut ICAS (Institute of Accountants of Scotland), který letos slaví 160 let.

Sama jste hodně vytíženou manažerkou, hodně cestujete, organizujete, věnujete se osvětě – nač vám už vůbec nezbyvá čas?

Mohu prozradit, že na sebe? Mojí výhodou či prokletím je, že mám opravdu svoji profesi ráda. V pražské kanceláři jsme skvělý tým a práce s ACCA členy a studenty je opravdu velice zajímavá a obohacující v mnoha aspektech. Na co čas potřebuji, na to si ho najdu. Pokud bych měla přece jen vysledovat, nač se mi ho skutečně nedostává, tak asi to, že mi chybí třeba na čtení různých časopisů

Ano, samotnou mě velice zajímá téma žen v podnikání či ve vedení společnosti. ACCA má velmi vyrovnaný počet žen a mužů, a to skoro přesně 50 % žen a 50 % mužů. A to jak globálně, tak i u nás v České republice. ACCA byla vůbec první profesní organizace na světě, která přijala první členku-ženu, a to již v roce 1909. Rovněž jsme měli první ACCA prezidentku.

a zajímavých článků. Všechno rychle proběhnu, a více se tomu věnuji jen tehdy, pokud zrovna studuji nějaké téma či se připravuji na prezentaci apod. Ale takový ten luxus, tedy přečíst si půlku časopisu nebo přečíst články na webu, a ještě nad tím i polemizovat, to mi tedy opravdu chybí. Já si rá-

da vytrhávám různé stránky z časopisů a novin a dávám si je do desek, že se k tomu jednou dostanu. A někdy opravdu ano, ale málokdy. Také si píšu na post-it, co mě zaujalo online a chtěla bych si to přečíst. Bohužel tato složka nebezpečně roste.

Kde berete optimizmus a sílu přehlížet hloupost, jimiž si lidé kazí náladu?

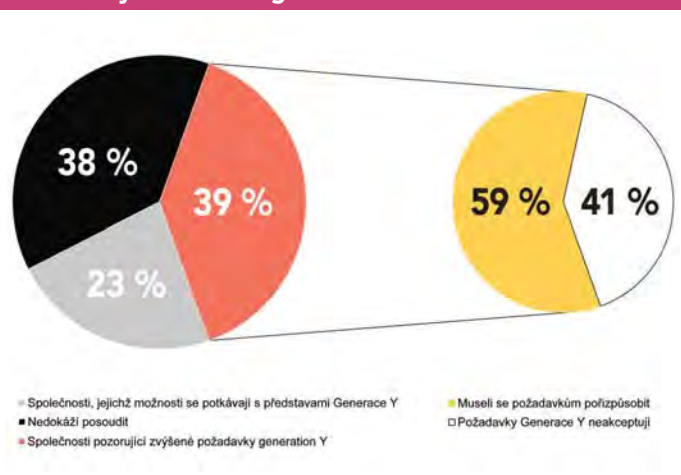
No, buď si také nechám zkazit náladu a budu se cítit mizerně, nebo se rozhodnu, že pokud to jen jde, tak uvidím vždy sklenici spíše polo plnou nežli poloprázdnou. Naštěstí jsem od přírody optimistka a také veselá povaha. Člověk na sobě nicméně musí pracovat. A opravdu si myslím, že velice často jde pouze o vnitřní rozhodnutí, jak se k daným věcem postavíme.

Nedávno jste mluvila o novém možném vztahu zaměstnavatel a zaměstnanec, a to především v souvislosti s generací Y. Bude se tento vztah muset časem měnit? Třeba proto, že se neskutečně velký díl lidského potenciálu stále nevyužívá?

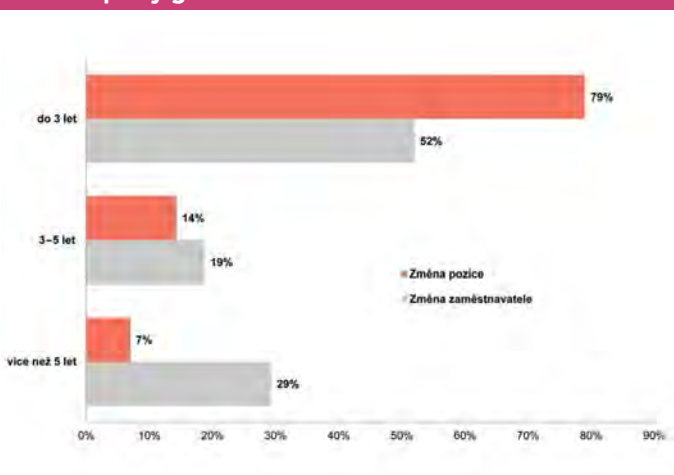
Určitě ano. Mnoho firem zaměstnává již nyní generaci Y a v dalších letech to bude ještě více. Generace Y má svoje specifika, tak jako každá jiná generace. Myslím si však, že firmy se budou muset adaptovat, pokud tak ještě neudělaly, na požadavky generace Y. Možná nejde ani tak o požadavky, jako se přizpůsobit tomu, co motivuje mladé. A to právě z důvodu, aby zaměstnavatel mohl nejlépe využít jejich potenciál. Přesto věřím, že se i generace Y bude zamýšlet nad tím, jak ona může být přínosem pro svého zaměstnavatele. Proč by daná firma měla zaměstnat právě je, mladé. O tomto tématu určitě uslyšíme i nadále a ACCA se mu bude více věnovat.

ptala se Eva Brix

Požadavky absolventů generace Y na zaměstnavatele



Kariérní plány generace Y



Když voní vaše radost...



Karin Řeháková

Již staří Egypťané používali vonné skořicové oleje a holili si podpaží v touze cítit se příjemně. Ano, vůně, to je jeden z atributů, na kterých v komunikaci mezi lidmi hodně záleží. Ačkoli žijeme ve 21. století, stále je pro nás důležitá osobní přitažlivost spojená s vůní našich partnerů a lidí, se kterými přicházíme do kontaktu. Jak zdůrazňuje psychoterapeutka Karin Řeháková spolupracující s kosmetickou značkou Dove, nezvládnutý tělesný pach může významně negativně ovlivnit, jak nás budou druzí přijímat.

Pocení jako fyziologický proces nejspíše neovlivníte, ale rozumným přístupem se dá mnohé, co člověka provází a trápí, zmírnit, utlumit tak, aby se každý z nás cítil lépe, dobře, výborně. Je to často například stres, jehož následky nepřispívají k tělesné pohodě člověka. Co mít tedy na paměti, abychom dostali mysl i organismus do patřičného komfortu? Jistotu pro každický okamžik vám dodají dva ochránci: duševní vyrovnanost a třeba váš oblíbený antiperspirant, díky oběma budete moci sebejistě procházet každým dnem svého života. Nejsou to jen slova, víte sami, že to funguje. Připomeňme, že vypotíme půl litru tekutiny denně. Ne vždy jsou následky tohoto

běžného tělesného projevu příjemné, společensky jsou zpravidla velmi nevíтанé. Předcházet nežádoucímu tělesnému projevu pomáhají antiperspiranty, ale stejně tak významné je být nad věcí v každé situaci – ve firmě při řešení složitých úkolů stejně jako doma při rekonstrukci obydli nebo předvánočním shonu. Antiperspiranty díky svým účinným složkám omezují vlastní pocení, krásně voní, a ty od Dove navíc o jemnou pokožku podpaží pomáhají pečovat díky obsahu hydratačního krému, kterou obsahují. Slovo má odbornice značky Dove, psychoterapeutka Karin Řeháková:

Kdy se tedy potíme nejvíce?

Samozřejmě při sportu, ale pocení při pohybu je zcela v pořádku! Nebojte se tedy dát si pořádně do těla a zapotit se. Při sportu používejte oděvy z kvalitních materiálů, aby pokožka mohla dýchat a nechte tělo odplavit vše nežádoucí. Po sportovním výkonu se nezapomeňte osprchovat a znovu aplikovat váš oblíbený antiperspirant. Tělo hydratujte také zevnitř, ideálně vyváženými minerálními vodami či bylinkovým čajem.

A co se „studným“ potem a nepříjemnými důsledky stresu?

Umění zvládnout stres tkví v tom, že si ho nejprve musíme uvědomit a naučit se vnímat signály našeho těla, mezi které patří nepříjemné pocity tenze, zažívací potíže, zvýšené pocení. Všechny dopady našeho životního stylu můžeme pozitivně ovlivnit změnou přístupu k nám samotným a prevencí negativního stresu. Stravujte se zdravě a racionálně, vyhněte se průmyslově zpracovaným výrobkům, jako jsou například uzeniny či trvanlivé pečivo. Zvolte si pohyb, který vám bude dělat radost a kterému se budete pravidelně věnovat. Obnovujte svou mysl i tělo kvalitním spánkem. Do svých kosmetických rituálů

zařaďte antiperspiranty, abyste voněli sobě i svému okolí. Jsou to záležitosti, které všichni známe, jen si je někdy přestáváme uvědomovat.

Důležitá schůzka, rande?

Vizualizujte si nadcházející situace, ze kterých máte strach – může to být jak první rande s vysněným idolem, ale například i schůzka s šéfem, na které si chcete říci o zvýšení platu. Představte si, co nejhoršího se může stát. Schválně přehánějte tak, až vám sama situace bude připadat vtipná, přehrávejte si různé varianty. Pak si představte situaci tak, jak si přejete, aby proběhla. Věřte, že vše dopadne tak, jak má. Buďte si jisti, že na každý moment, který vám osud přistaví do cesty, jste již připraveni, čerpejte ze své moudrosti a snahy vše zvládnout. A nebojte se zasmát sami sobě, objevujte humorné stránky života. Rozdíl mezi optimistou a pesimistou je právě v úhlu pohledu!

Jak ještě můžeme pěstovat vnitřní pohodu?

Uvědomte si, co vše svému tělu dlužíte! Naučte se opravdu relaxovat, vyhraďte si čas jen sami pro sebe a dělejte jen ty věci, u kterých je vám dobře. Někdo si nejlépe odpočine u dlouhé procházky v přírodě, jiný se zase nejlépe uvolní u masáže. Najděte si ten „svůj“ způsob relaxace a nebojte se do sebe investovat dostatek času. Vaše tělo vám to vrátí. Naučte se efektivně komunikovat! Znáte přísloví „Sdílená bolest, poloviční bolest; sdílená radost, dvojnásobná radost“? Nebojte se pochválit se, stejně tak jako neskrývejte svá zklamání či obavy. (red)



Balamina je svět, který na chvíli funguje podle vašeho přání

Bod, z něhož můžete vyjít, je www.balamina.cz. Tedy adresa, kde se zorientujete a která vás naladí. Pak už se směle můžete vydat do pražského butiku Balamina za Ladislavou Dokoupilovou a Michaelou Žlebkovou. Najdete je docela jednoduše na Vinohradské třídě, naproti náměstí Jiřího z Poděbrad, kousíček od stanice metra A. Věřím, že po první zkušenosti vám to nedá a na kliku sáhnete zase. prostě – ženská magie snahy líbit se je silná, ba silnější než my samotné...

Od roku 1998 se v těchto prostorách prodávala výhradně „česká móda“, tedy oděvy a doplňky od českých a slovenských návrhárek a výrobců. Ale jak šel čas, měnily se nejen módní styly, ale i požadavky a nároky na takový prodej. Zákaznice si přály více – kromě nových a nových modelů, střihů, barev a kombinací ještě něco navíc – osobní přístup, radu, drobnou službu. Prostě servis, příjemné prostředí, názor odborníka, a zejména čas, který bude jen a jen jejich. A tak se zrodila Balamina. Obě současné spoluzakladatelky se rozhodly k ráznému řešení a v novém butiku nabízejí zcela novou a mnohem širší sortiment módního zboží. Zároveň postupně přizpůsobují jeho prostředí všem těmto přáním zákazníků, snaží se vylepšovat za pochodu také vlastní prodejní místnosti, oddělit jednotlivé sekce, více metrů čtverečních na úkor skladového zázemí dát k dispozici klientkám. Pozornost musí věnovat také propagaci, počítat s komorními módními přehlídkami a dalšími společenskými akcemi, mít oddíl pro drobné pohoštění, a to vše promítnout postupně na webové stránky. Nejdůležitějším úkolem je stále zdokonalování nabídky dámské módy, zejména rozšířit sortiment. Tak, aby butik odpovídal nejen módním trendům v nakupování, ale i naturelu českých, převážně zralých žen, neboť právě pro ně je většina zboží určena. „Kromě toho všeho došlo ke dvěma zásadním změnám: nabízíme již další nové značky a modely v malých sériích, ať již jde o oděvy, nebo šperky, šály, šátky, pásky apod. A rozšiřujeme

portfolio o další zákaznice, především mladší generace, a pro ty stále, které jsou zvyklé na náš tým i způsob komunikace, samozřejmě vymýšlíme, jak je hýčkat a stále překvapovat,“ vysvětlila inovovanou strategii Balaminy Ladislava Dokoupilová.

„Určitě nás potěší, když s sebou dámy-maminky přivedou svou dceru nebo snachu a my jim budeme moci vyhovět. Zaujmout bychom chtěly právě určitými dovozovými kolekcemi, například z Itálie či Francie, odkud pocházejí též velmi pohodlné a krásné kalhoty, které si již mezi našimi zákaznicemi právem získaly značnou oblibu. Nově jsme nakoupily originální módu několika malých rodinných firem z Polska, to je výjimečné zboží s úžasným designem, a za velmi rozumné ceny,“ vysvětlila Michaela Žlebková. Hlavním směrem však zůstává elegance pro ženy středního a vyššího věku, a to všech velikostí, od 36 až po XXL. Zvládnou zde dobře i potřeby nekonfekční postavy, ať již na základě rychlé úpravy oděvů, včetně těch dovozených ze zahraničí, nebo šitím na zakázku.

A co na vás tedy čeká? Balamina nabízí především italské a francouzské zboží. Jako jediný butik v Praze nejenom na pohled krásné, ale i velice kvalitní modely italské značky Sandro Ferrone a z Francie napádité originální kousky rodinné firmy Pause Café vyrobené výhradně ve vlastních provozech firmy.

Dále svetry a tuniky velmi oblíbených značek You You a Papareil. Novinkou jsou úpletové šaty dvou polských středních firem a zejména nádherně ženské modely rodinné firmy Skorska, kterou zatím na našem trhu jinde nenajdete.

Českou módu zde zastupují šaty, kostýmky, večerní róby, bundičky a kabátky vytvořené rodinnou firmou Ire-

ny Šimkové. Vyznačují se propracovanými střihy, zajímavými variacemi i detaily – prostě vždy zaujmou osobitým pojetím, nápadem a využitelností. Tuto pochvalu lze vztáhnout i na další rodinnou značku Móda Čáslav – ta navíc respektuje proporce slovanské ženy. A když se zákaznici zalíbí kterýkoliv model z kolekce Ireny Šimkové a nebude k dispozici právě ta správná velikost, nechá jej Balamina ušít. A pozor – cena za ušitý kus zůstane stejná, jako při přímé koupi modelu. Je to jedna z řady přidávaných hodnot obsluhy a důkaz toho, že co se dohodne, to platí. Nadto plní Balamina nejrůznější přání zákaznic prostřednictvím Ireny Šimkové šitím na zakáz-

ku, kde se cena tvoří dle použitého materiálu, složitosti zpracování.

Butik Balamina má smělé plány – chce sortiment pro všední i sváteční dny, nabízený v módních barvách i klasické černé postupně doplňovat o atraktivní kabelky z Itálie, českou, ale i francouzskou bižuterii, a další doplňky. A daří se jí to. Vím však proč: paní Ladislava a Michaela jsou plné energie a nadšení, nebojí se riskovat a mají chuť stále zkoušet nové věci. Mají své představy a sny a myslí to doopravdy. Ony totiž neprodávají, ony se baví, a velmi dobře dokáží odhadnout, kdy je potřeba poradit a s čím. Než nutit sukni, z níž nebudete mít radost, to raději nic. Získat dobré jméno je běh na dlouhou trať, to potvrdí každý poctivý podnikatel. V tak konkurenčním prostředí, jakým svět módy je, znamená založit butik velký díl odvahy. Umění ho vést je o psychologii, empatii i odhodlání. Balamina je ženského rodu – chce být proto zajímavá, někdy také rafinovaná, žensky přitažlivá. Chce, aby se zde zákaznice cítily jako ve světě, který na chvíli funguje podle jejich přání.

Eva Brixi



Balamina

Vinohradská 58, Praha 3-Vinohrady
www.balamina.cz

Čínská moudrost pro náš životní styl

Těžko tomu uvěřit, ale je to tak. Jistý známý muž, celebrita v oboru kuchařského umění, který rozhodně nevypadá jako drobeček, mi nedávno řekl: Jsem její klient a nemám cholesterol, nemám vysoký tlak, vyhodil jsem prášky, cítím se výborně. Neznám nic lepšího. Zkuste to a uvidíte. Zatím jsem se neodhodlala, ale vidina toho, že bych mohla poopravit svůj životní styl a dát svou tělesnou schránku trochu do pořádku, je stále blíž a blíž.

Před třemi lety bylo nedaleko Prahy, v Mnichovicích u Říčan, otevřeno Centrum rehabilitace, relaxace a východní medicíny pojmenované Čchi Clinic. Majitelka a terapeutka Mgr. Alena Knapová uplatňuje metodu prvků staré čínské Image medicine a její pracoviště je jediným takovým u nás. Jaká je podstata metody? Už jsme o ní kdysi psali – znamená léčbu pomocí mentálních obrazů. Jde o jeden ze směrů lékařské vědy východního typu, která používá vliv určitých druhů obrazů na různé části lidského těla a jeho orgány. Image medicine zkoumá a vysvětluje, jak používat mentální obrazy pro nápravu a regulaci funkcí celého organismu, který podle východní tradice zahrnuje tři různé aspekty: fyzické tělo, jeho energetický systém a informační systém. Obrazy uvnitř naší mysli si sami vytváříme nebo je přijímáme zvenčí a pomocí nich můžeme



ovlivňovat i své zdraví. „Při aplikaci této metody se používají žádoucí mentální obrazy vytvořené terapeutem, které odpovídají stavu zdraví a dokonalé funkčnosti lidského organismu. Jsou to v podstatě energeticko-informační vzorce, které se implementují na postižená místa, kde přepisují či přeprogramují poškozené sekvence instrukcí, kterými se řídí vnitřní fyziologický stav našeho těla. Terapeut tedy odstraní deformované programy z těla klienta a nahradí je programy plného zdraví,“ vysvětlila Alena Knapová.

Samozřejmě k tomu, aby tato práce měla smysl, je potřeba spolupráce klienta a jeho vůle dobře míněné rady přijmout. Zpravidla je potřeba změnit řadu návyků, upravit stravování, přivyknout určitým cvičebním technikám, přijmout pozitivní myšlení a věřit v úspěch. Zdá se vám to až příliš prosté? Možná ano, ale ne každému z nás, takřka nikomu, by se změny k lepšímu nepodařily bez pomoci odborníka. Metoda Image medicine patří k know-how, jímž se pečovalo o zdraví čínských císařů a po tisíciletí byly poznatky předávány úzkému okruhu specialistů. Umění bylo nakonec prostřednictvím dnes žijícího potomka prof. Xu Ming-tchanga poodhaleno několika vyvolaným studentům z celého světa. Alena Knapová je jedním z nich. Byla a je osobní studentkou jmenovaného muže a vzdělávala se v Pekingu na Kundawell Medicine Institute. V roce 2009 tuto metodu přivezla do České republiky. Svoji specializaci stále prohlubuje a dnes je již držitelkou 4. stupně z pěti možných IM. Aby mohla takto profesně postupovat, musí se terapeut-

ka účastnit mezinárodních konferencí, věnovat se publikační činnosti a dosahovat v léčbě přesvědčivých výsledků.

To se Aleně Knapové skutečně daří, zejména v oblasti následků mozkové příhody, neplodnosti žen, únavového syndromu, nemoci trávicího traktu a astmatických onemocnění. Na základě úspěchů se její centrum stalo v roce 2011 pobočkou čínské kliniky Kundawell Medicine Institute v Pekingu, a to jako jediné v Evropě. „Naš program jsme nyní rozšířili o vzdělávání v oboru zdravého životního stylu a o praktická cvičení, a to pod hlavičkou Čchi institut. Cvičení vyučujeme tak, aby si klienti cviky osvojili a mohli je pak provádět již bez naší asistence sami doma,“ upřesnila Alena Knapová. „Je to další krok k tomu, aby zájemci poznali nové možnosti, jak si upevnit svoji kondici. Mezi mými klienty je i řada osobností z businessu, které se denně potýkají s přemírou stresových situací, a to se pochopitelně do jejich zdravotního stavu promítá. Aby zpočátku nemuseli vážit cestu za Prahu, mohou se u mne telefonicky objednat na konzultaci přímo v centru hlavního města. Každé úterý hostují v nové klinice VeraMedica ve Slovanském domě. Klinikou založila renomovaná estetická dermatoložka MUDr. Věra Terzijská, která staví na nejmodernějších neinvazivních metodách ošetření,“ doplnila Alena Knapová s tím, že oba přístupy, stará čínská medicína a nejnovější technologie dermatologie, se vhodně doplňují tak, aby pacientům přinášely co největší komfort a užitek.

Eva Brixí



Naučí anglicky **chronické začátečníky**

MY NAME'S
HENRY HIGGINS



Také patříte k těm věčným studentům cizího jazyka, kteří se nemohou dostat přes úvodní lekce? Pakliže ano, můžete vyzkoušet způsob, který je určen právě vám. Společnosti Higgins se osvědčil telefon. Ale tak jednoduché to zase není, a proto jsme o vysvětlení požádali jednatelku firmy Helenu Šusterovou.

Nabízíte revoluční metodu výuky angličtiny po telefonu. Jak to funguje?

Zájemce, který se chce rozmluvit anglicky, si objedná Higginse na webu. Higgins mu pak pravidelně několikrát denně telefonuje a vede s ním krátké anglické rozhovory. A pozor: nejsou to živé rozhovory! Higginse nám předem namluvili skvělí rodilí mluvčí ve studiu. Výhodou této metody je to, že ostýchavý student nemusí mít zábrany, procvičuje si dialogy „nanečisto“, protože na živé rozhovory si ještě netroufá.



Helena Šusterová

Zjišťujete, jak je vaše metoda efektivní? Na jaké úrovni používání jazyka se absolvent dostane?

Metoda je vhodná hlavně pro velmi rozšířenou skupinu tzv. „falešných“ neboli „chronických“ začátečníků, tedy lidí, kteří se učí nebo někdy učili angličtinu, avšak mají komunikační blok, zábrany anglicky mluvit, natož pak telefonovat.

S Higginsem si připomenou užitečné fráze, zvykají si rozumět a patřičně anglicky reagovat na jednoduché situace. Higgins je pomůcka, která má jeden velký cíl: rozmluvit vás.

DON'T WORRY,
SPEAK ENGLISH

Máte jen samé spokojené klienty? Přicházejí k vám i jejich příbuzní, známí a přátelé?

Naši klienti jsou zhruba v 95 % spokojeni, což poznáme tak, že si pořizují další kurzy z naší nabídky a kupují dárkové poukazy pro své okolí. Dobrá pověst Higginse se, myslím, velmi rychle šíří. Výjimečně se nám stane, že studentovi vyvstane nějaký technický problém, vždycky to dopadne tak, že ho společně vyřešíme k plné spokojenosti.



Na webových stránkách máte zajímavý komiks. Proč se tam objevil a jak se osvědčil?

Komiks vznikl v rámci celkového pojetí našich stránek, které pro nás vytvořila reklamní agentura Yashica. Nám samotným se komiks velmi líbí a osvědčuje se skvěle, protože lidi baví a zároveň vystihuje názorně účel naší služby.

Co se skrývá za dárkovými balíčky, které s kurzem nabízíte?

Nabízíme dárkové poukazy. Zájemce si může pořídit Higginse pro sebe, nebo si může koupit dárkový poukaz a darovat kurz komukoli jinému. Většinou lidé kupují dárkové poukazy členům své rodiny. Obdarovaný si pak sám vybere, který z nabízených kurzů mu nejlépe vyhovuje.

ptal se Pavel Kačer



V lázeňských Poděbradech nová Konopná lékárna

Koční problémy, bolesti pohybového aparátu a řadu dalších zdravotních neduhů, které sužují obyvatele lázeňského města Poděbrady i okolí, lze nově řešit zákonnými produkty z léčivého konopí. Na ulici Husova je nová Konopná lékárna, první zdejší lékárna, specializovaná výhradně na prodej prostředků z léčivého konopí.

Konopná lékárna má ve své nabídce produkty z konopí s nízkou povolenou hladinou THC do 0,3 %, tudíž se nikdo nemusí obávat následků. Prostředky si však zachovávají veškeré léčivé účinky konopí. „Lidé mají možnost zjistit, co vlastně konopí dokáže a kde ho mohou najít v té nejlepší kvalitě. Co skutečně umí konopná mast Carun, jediný zdravotnický prostředek z konopí u nás, k čemu je dobré pravidelně konzumovat semínko,“ zopakoval o nejpobulárnějších konopných produktech Jiří Stabla, zakladatel lékáren Carun Pharmacy s tím, že je moc rád, že se podařilo lékárně prosadit i v tak nádherném lázeňském městě, jakým Poděbrady jsou.

Konopné lékárny jsou místem, kde lidé dostanou informace a produkty si mohou i vyzkoušet. Vedle konopné kosmetiky prezentované tělovým olejem, krémem na obličej, mýdlem, ústní vodou či intimním gelem jsou v apatyce k mání také potravinářské produkty značky Carun, do kterých patří konopné semínko, konopný olej, těstoviny či sirup a víno. Nechybí ani uznávaná konopná mast Carun – jediný zdravotnický prostředek

v Česku doporučovaný na různé bolesti, při léčbě kožních potíží, jako jsou lupénka, akné, opruzeniny, opary, ale i na odřeniny, popáleniny, bodnutí hmyzem či odstranění bérco-vých vředů.

V konopné lékárně lidé naleznou rozsáhlé spektrum těch nejkvalitnějších konopných produktů určených k prevenci chorob i takových, jež jsou odborníky doporučované na zmírnění příznaků chorob. Produkty Carun totiž obsahují na rozdíl od jiných na trhu konopný výtažek. Ten se například řadí mezi účinný, levný a šetrný lék na zmírnění příznaků rakoviny. Vysoký potenciál má při léčbě cukrovky a na



úrazy a popáleniny. Konopí nemá nežádoucí účinky jako farmaceutické léky. Právě takové účinné produkty v lékárně naleznete. Produkty z konopné lékárny pomohou například s kožními onemocněními jako atopickým ekzémem či lupénkou, pomohou i hendikepovaným s proleženinami. Prostředky z léčivého konopí, jako doplňky stravy, jsou vhodné i pro

sportovce či maminky s dětmi a další vyznavače zdravého životního stylu a výrobků z konopí. K mání je v lékárně i široké spektrum produktů určených k prevenci a také k potlačení příznaků řady nemocí. Pro zajímavost je krém kupříkladu natolik přírodní, že jej lze dokonce i jíst.

Název konopná lékárna? Používání je povoleno, potvrdili právníci. Před nedávnem se objevily na veřejnosti spekulace, zdali se mohou provozovny Konopnyshop.cz označovat za konopné lékárny. Podle platné legislativy může název lékárna používat kdokoli, a proto došlo i k registraci tohoto slovního spojení. „Není žádným zákonem stanoveno, že musí být název

striktně vymezen jen pro zdravotnická zařízení s odborným personálem a registrovanými léčivými. Postupujeme v souladu s platnou legislativou, a tedy nedochází ke zneužívání pojmu lékárna a klamání kupujícího. Netvrdíme, že naše produkty jsou léčiva. Ačkoli se mělo od září dostat konopí označované za léčiva na pulty klasických lékáren, nestalo se tak. Termín se neustále posunuje a lidé zatím trpí, vyčkávají a rostliny si pěstují sami. Jediné, o co se snažíme, je vyjít pacientům vstříc a nabízet produkty, které jsou běžně k dostání, než tomu bude u prostředků označovaných jako léčivo,“ řekl Jiří Stabla s tím, že toto sdělení je potvrze-

no právníky. Ve stanovisku k problematice tzv. konopných lékáren vypracované renomovanou Advokátní kanceláří Brož & Sokol & Novák odborníci potvrdili, že ve veřejnoprávních předpisech České republiky není – na rozdíl od řady jiných pojmů – zakotvena legální definice pojmu lékárna, ani zde nejsou přesné podmínky používání tohoto pojmu. (tz)



Koho a co mám ráda

Apetit má pokoj



Podzim, čas zabíjaček a dobrého jídla. Nejoblíbenější část roku, kdy se stoly na vesnicích prohýbají pod tíhou jitrniček, tlačenek, škvarků, klobásek, specialit zejména z vepřového, ale i hovězího a zvěřiny. Jak si však dopřát vybrané pochoutky typické pro naši zeměpisnou polohu, když zrovna zabíjačku nestiháte, na vesnici to je daleko a myslivecká sezona vás obešla obloukem? Vyřešila jsem to zcela jednoduše. Hledala jsem výrobce těch nejlahodnějších klobás, českých klobás. A našla jsem Ladislava Francouze. Do té doby mi připadalo téměř nemožné, že ochutnám někdy uzenářský výrobek s dančím masem. Daněk ve všech kulinářských úpravách – to je mantra, kterou slyším od své maminky každý podzim, když vzpomíná na myslivecké sedánky jejího dědečka. A pokaždé mě mučí, protože se o těch vybraných lahůdkách rozpovídá zrovna, když je lednička napěchovaná úplně jinými věcmi, nebo je dokonce téměř prázdná. A tak jsem musela najít pro svoje slabosti malou spásu. Dančí klobásy od výrobce Řeznictví – uzenářství Francouz, s.r.o., a apetit má pokoj. Za uspokojení chutí ale rozhodně neručí omezeně, nýbrž v plném rozsahu.

Kateřina Šimková



SPAR 

PREMIUM

www.interspar.cz

Exkluzivně v **INTERSPAR** 





Jóga vám nepostaví život na hlavu

Klidná mysl a etická pravidla jógy

Pokud se věnujeme jógovým cvičením a zaměřujeme se pouze na provádění ásán v co nejdokonalejší podobě, můžeme ustrnout. Smysl jógy není v podporování ega, ale ve ztišení a zklidnění mysli. Kdo z nás by nechtěl mít mysl klidnou? Tak jako v medicíně je důležitá prevence, tak i v józe můžeme najít příčiny vnitřního neklidu a pokusit se je odstranit tím, že si uvědomíme jeho podstatu. Jógová prevence, či etický kodex jógy, chcete-li, se nazývá jama a nijama. Pro pořádek je třeba dodat, že patří do technik ráddžajógy, královské cesty. Možností, jak se odvrátit od svého vlastního ega, je několik. Jednou z nich je práce na sobě, jejíž podstatou je ovládnutí těla a mysli. O některých technikách ovládnutí těla, ásánách, jsem již psala. Dnes se budeme věnovat začátku jógové prevence, doporučením zdrženlivosti.

Jsou to jamy, pětice zákazů či varování, které radí, jak se zbavit egoistických tendencí a pěstovat disciplínu a sebekontrolu. Prvním z pravidel je ahinsa, nezabíjení, neublížení, nenásilí. Takové pravidlo je součástí všech morálních kodexů, desater nebo přikázání a vždy je chápáno jako jednání člověka vůči vnějšímu světu. Lidé ho berou jako vnější příkaz, a proto jej často porušují. Nás jóga nabádá k tomu, abychom začali nejdříve u sebe, svého vlastního vnímání, abychom jej učinili citlivějším a jemnějším, abychom se nejdříve pokusili rozumět signálům vysílaným naším vlastním tělem, abychom je dokázali správně vyhodnotit a smysluplně jednat. Každé cvičení konané s plnou vnitřní pozorností nám zase zpětně pomáhá lépe vnímat své vlastní tělo. Můžeme začít jednoduchým cvičením, třeba u způsobu,



Světlana Prokešová,
lektorka jógy

jak jíme. Začneme-li bedlivě pozorovat, co jíme a jak jídlo chutná, můžeme objevit nejen nové zážitky, ale zjistíme,

že potraviny potřebujeme mnohem méně a že nemusí být tak složité připravena. Nakonec budeme moci vnímat, co a jak máme v kterém ročním období jíst a v jakém množství a ve výsledku si upevníme zdraví. Změna přístupu k sobě nekončí jen u jednání se sebou samým. Odráží se naopak v citlivějším vztahu k okolnímu světu, lepším vnímání jiných bytostí a soucitu s nimi. Ahinsa, neublížení, pak přestává být zásadou, ale stává se vnitřní potřebou.

www.jogastars.cz



Fejeton

Štěstí? Zkuste to, funguje to!

Po světě chodí dva druhy lidí. Ne, nemám zrovna na mysli rozdělení podle pohlaví na muže a ženy. Rozlišuji je podle toho, zda vidí sklenici vody buď poloprázdnou, nebo z poloviny plnou. Mým měřítkem se stal optimistický nebo škarohlídský pohled na vše okolo nás. Vím, že se nerodíme stejní. Někdo dostal do vínku krásu a šlechtnost, jiný se musí spokojit se slabšími nervy a nepřekonatelným sklonem k babským pověrám. Přesto vnímám realitu jako stejnou pro všechny. A lidé si mohou vybrat, jestli planetu začnou vnímat jako nejužasnější místo na slunci, anebo slzavé údolí, jímž procházíme od jednoho karambolu k druhému. Nevím proč, ale připadá mi, že mi současníci si až příliš zvykli pít z poloprázdné sklenice vody. Nejen, že sousedovi nedají na jevo, jak si žijí šťastně a vyrovnaně, ale nedovolí to ani svým vlastním pocitům. Jako by bylo proti slušným mravům mít se dobře, a ještě se s tím netajit. Právě naopak, všichni si stěžujeme. Kdyby šlo jenom o obligátní počasí, politiku nebo vztahy mezi lidmi! My jsme si navykli být permanentními škarohlídy, nevidět sebemenší důvod k lepší náladě a od budoucnosti očekávat jenom to nejhorší.

To se takoví dva potkají na ulici a spustí. „To zas máme den, pane Novák! Člověk aby se bál vystřít nos ven, co se tam děje,“ postěžuje si paní

Procházková. A soused ji ani nenechá domluvit, aby přidal taky svoji trošku do mlýna. „Díval jsem se večer na televizi. Ty zprávy jsou dnes samá vražda, neštěstí a škodolibá závist. To za našich let přeci nebejvalo!“ durdí se pan Novák. Takhle si chvíli notují a pak se spokojeně rozloučí. A odchází se jim lehčeji, protože si na chvíli ulevili od toho, co je tíží. Noviny, televize i internet vycítily, že jejich čtenáři, diváci a uživatelé pasou po těchto špatných zprávách, a tak jim dopřávají mírou vrchovatou. On si toho všiml už spisovatel Karel Čapek, že média zajímají jen senzace. Člověk, kterého trápi dobré bydlo, z nedostatku vlastních katastrof rád prožívá na obrazovce nebo na novinovém papíře



alespoň ty cizí tragédie z druhé ruky. Sdělovací prostředky, které by se chtěly postavit této lavině negativních informací, by dopadly špatně. Bez zájmu auditoria buď by živořily, nebo úplně zašly na úbytě. Vím, že přiznat se na veřejnosti ke spokojenému životu chce kuráž. Ne snad, že byste se tím přímo vystavovali fyzické inzultaci,

ale porozumění se nedočkáte. Když už vám lidé uvěří a nebudou si myslet, že to je jen vaše póza, pak se rozčílí. Budou si myslet, že vy jste ve vatě, zatímco oni nemají sebemenší důvod si něco pochvalovat. A pomyslí především na svůj ubohý plat, na tu šílenou drahotu, která je ničí, na korupci politiků, úřední aroganci a žaludeč-

ní vředy. Zkuste jim vysvětlit, že veselá mysl, klidné nervy a dobré zažívání nezávisí na tom, kolik berete, kolik stojí v hospodě pivo a kdo všechno kradе nebo koho ještě nezavřeli. Asi nepochodíte, protože nejste naladěni na stejnou vlnu. Kdo vidí ošklivý svět, chce ho takový vidět. Komu je do skoku, tomu stačí, že k tomu má dost chuti a udělá to. Vypadá to snadně a ani to není žádný kumšt.

Ale jak se naladit na pozitivní vlnu? Spoléhat, že štěstí nám spadne samo do klína nebo nám ho zařídí ti nahoře, může být přesvědčením mnoha lidí. Ale jaksi to zatím nefunguje, protože štěstíčko neroste na stromech a horních deset tisíc myslí na své blaho, ne na blahobyť ostatních. Nepíší tyto řádky, abych se durdil nad svými bližními nebo rozdával knížecí rady, jak v deseti krocích přejít od pesimistického bručouna k neustále se usmívajícímu občanovi. Zkušenosti se na druhé nepřenášejí, ty se získávají životem. Přesto však jedno vím naprosto jistě: Funguje to zadarmo a všem, pokud to chcete. Nejšťastnější nejsou miliardáři, kteří se vyhrívají na vrcholu společenského žebříčku nejbohatších lidí světa. K spokojeným a vyrovnaným lidem obvykle nepatří ani celebrity všeho druhu, jež se na nás zubí ze stránek bulváru. Ani ti, kteří měli živý sen a ráno na zahradě vykopali zlatý poklad. Šťastní lidé bývají ti, kteří k tomu vlastně nemají žádný objektivní důvod. Oni ten důvod ani nikdy nehledali. Prostě si jen srovnali životní hodnoty. Vstávají do slunečného nebo deštivého dne a už to jim přináší radost v duši. Zkuste to! Funguje to!

Pavel Kačer

Firmy a očkování proti chřipce

Každý rok onemocní v ČR chřipkou 5–40 % zaměstnanců. Když ve firmě dojde k chřipkové epidemii, projeví se to jednak absencemi, jednak sníženou produktivitou. Tím dochází ke konkrétním finančním ztrátám jak na straně zaměstnance, tak zaměstnavatele. Výši nákladů, která úzce souvisí s onemocněním zaměstnance, si dokáží vypočítat i české firmy. Je pro ně levnější své zaměstnance nechat proti chřipce očkovat, proto tento bonus v mnohých českých firmách zařazují do svých benefitních programů.

S chřipkou bez dalších komplikací se zdravý člověk vypořádá průměrně za tři až pět dní. Po návratu na pracoviště však ještě dva až tři týdny

nepodává plný pracovní výkon. Při pětidenní absenci zaměstnanec přijde o 14 % své měsíční mzdy. Zaměstnavatel může při součtu mzdových nákladů a náhrady mzdy, kterou platí zaměstnanci na nemocenskou, přijít rádově o desetitisíce korun. Započítáme-li návštěvy lékaře, pracovní neschopnost a zdravotní komplikace, dostaneme se na celkové náklady bezmála 60 000 Kč za jedno onemocnění chřipkou. Studie provedené po celém světě jednoznačně prokázaly ekonomický a medicínský přínos vakcinace proti chřipce bez ohledu na velikost firmy, její sídlo a odvětví. Z českých firem si statistiku mapující nemocnost zaměstnanců vede Škoda Auto. Díky evidenci tam zjistili, že v letech 1998 až 2007 se u proočkovaných zaměstnanců snížil výskyt chřipkového onemocnění až čtyřnásobně.

Celková proočkovanost proti chřipce v ČR za vyspělými zeměmi stále pokulhává. U nás vakcinací projde každoročně jen 4–7 % populace, zatímco ve vyspělých zemích EU je to zhruba 17 %, v Kanadě dokonce až 33 % a v USA až 48 %. Podle doporučení Evropské komise by přitom ideální úroveň proočkovanosti obyvatel EU měla u rizikových skupin (seniorů nad 65 let, chronicky nemocných, diabetiků atd.) dosáhnout až 75 %. Na základě nejnovější studie provedené v rámci 27 zemí EU, včetně České republiky, by se v případě takového zvýšení proočkovanosti každoročně snížil počet hospitalizací v souvislosti s chřipkou o 31 400, počet úmrtí o 14 300, počet zameškaných dnů v práci o 1 015 100. Díky zvýšené proočkovanosti by EU ušetřila ročně až 226 milionů. (tz)

Grace'n'Glamour představí české módní návrháře

První prosincovou neděli se pětadvacet českých módních návrhářů a šperkařů přestěhuje se svými kolekcemi opět do hotelu Mandarin Oriental Prague na Malé Straně v Praze. To nejlepší z jejich tvorby si můžete prohlédnout a zakoupit 7. prosince na uvedené adrese, kde se všichni budou prezentovat pod hlavičkou projektu Grace'n'Glamour.

V nádherných prostorách bývalého kláštera budete mít možnost obstarat i vánoční dárky pro své blízké. Zpestřením zimního předvánočního odpoledne budou besedy herce Jana Čenského s vystavujícími designéry, doplněné o ukázky z jejich nejčerstvějších prací. Na předvánoční Grace'n'Glamour přijal pozvání Thomas Lafont, chef designer firmy Lafont, jenž svým šarmem ve



francouzském brýlovém designu pokračuje v tradici slavné pařížské rodiny optiků. O inspiraci řekl: „Vize vzoru a barvy přichází bleskem a tento přelud přejde v jasný vědomý proces.“ Beseda s tímto charismatickým tvůrcem zaujme určitě nejen milovnice luxusních designových brýlí.

Návrháři a šperkaři, s nimiž se setkáte na šesté Grace'n'Glamour:

Iveta Pecuchová, Veronika Bijok, Ritore, Kateřina Jurišić, Veršatyl, Tereza VU, Alena Heinrichová / by Adrianet, Kateřina Geislerová, Anna Cichá a Radka Hortová / About, Jan Horníček, Monika Vavrová, Nomio, Dana Bezděková, Tereza Čermáková, LU – leather utilities, Eliška Tomková / Elisha Mode, Jaroslava Procházková / Jaroslava, Jolana Kotábová, Mamori, Ivana Follová / IF..., Lucie Erban Mares, Markéta Kopecká, Andrea Lojkásková / LeAndrea, Dita Bednářová, MI Fashion Label.

Vstup: 100 Kč, doba konání 11.00–19.00 (tz)

www.gracenglamour.cz

www.petrarka.cz

www.facebook.com/Gracenglamour
[instagram.com/grace_n_glamour](https://www.instagram.com/grace_n_glamour)

KOMERČNÍ PREZENTACE

Proměňte svou kuchyň v místo snů

Kuchyně už dávno není jen místností, kde pouze vaříme. Slouží pro společné chvíle s rodinou i s přáteli. Chceme se tu prostě cítit dobře, a proto jí věnujeme více pozornosti než kdykoliv jindy.

Trendem v posledních letech je propojení kuchyně s jídelním koutem a obývací místností. Snažíme se z nich vytvořit stylové a útulné místo. To ale potřebuje většinou stavební úpravy, vybourání některých přiček, nové obklady či podlahu. Samozřejmostí je i volba kuchyňské linky s vestavěnými spotřebiči, která by měla ladit s celým interiérem. Vybrání finálního produktu nenechte náhodě a věnujte dost času přemýšlení nad různými variantami. Někdy zvítězí jednoduchost, jindy zas propracovaný design. Dobrou referencí

je vždy návštěva známých, u kterých můžete načerpat inspiraci a získat například i kontakt na dobrého řemeslníka.

Přestavba kuchyně nemusí nijak významně zasáhnout váš rodinný rozpočet. Nejvýhodnější formou, jak financovat rekonstrukce obecně, je stále stavební spoření nebo úvěr ze stavebního spoření. Mezi jejich přednosti patří zejména státní podpora a výhodné úročení. Českomoravská stavební spořitelna například nabízí roční úrokovou sazbu u úvěru od 2,95 %, zpracování žádosti o úvěr zdarma a klient jej může splatit předčasně bez sankce. Pro všechny zájemce poskytuje řadu dalších výhod – počínaje poradenstvím, jak si vybrat řemeslníka, až po slevy u partnerských firm. Ty se týkají nejen vybavení kuchyní, ale i koupelen a výměny oken a dveří.



Rádi byste využili výhody, které nabízí Liška všem zájemcům?

Stačí se zaregistrovat na ziskejteulisky.cmss.cz a můžete využít VIP servis.

Spoříte s ČMSS a plánujete stavební úpravy, rekonstrukci nebo modernizaci svého bydlení? Ušetřete díky Lišce!

- ✓ 45 % při nákupu oken a dveří Vekra
- ✓ 10 % při nákupu vybavení koupelny SIKO
- ✓ 10 % při nákupu vybavení kuchyně SIKO

CENA ZA SPOLEČENSKOU ODPOVĚDNOST PODNIKÁME ODPOVĚDNĚ

kategorie:



malý a střední podnik



rodinná firma



sociální podnik

Cena za společenskou odpovědnost Podnikáme odpovědně oceňuje malé a střední podnikatele a rodinné firmy, kterým je odpovědné podnikání naprosto přirozené. Jejich odpovědné chování pozitivně ovlivňuje ostatní organizace, ale i samotné spotřebitele. Zvláštní kategorii v ceně tvoří sociální podniky.

**Více informací k soutěži naleznete na stránkách
Národní politiky kvality www.npj.cz.**

vyhlašují: