

Madam[®] BUSINESS

PROSPERITA

říjen 2022

Z léta do podzimu

Eva Brixí

Pokaždé když léto bolí
Já se brouzdám zahradami
A svým svědomím
Po dešti
Když kopr voní
Milostné prstoklady odsouvám
Od ostružin radši puslu mám
I od malin
Vášně moje pěstitelské
Neznají prý slitování
Na klávesy vyhrává už vinobraní
Přednost dávám vláčné půdě
Semínkům a poselství
Sbohem patří vrtošivé nudě
Všechno zatím ještě klíčí
Do jara si trochu křičí
Všechno roste přestože
Z traktorů a kombajnů
Už seskočili věrní hosté
Písně z polí
Vábí podzim
Zatím tomu nevěřím
Slzičky lásek stýskají si
Když se dotknou vrásek
To já vím
Já ještě ale nejsem moudrá
Jen někdy vypiju si do dna
Pohár let blýskavý
U zubaře naříkám
Ortopeda nemám ráda
Ale to ti neříkám

Markéta
Tesařová

Interim management
je královna managementu

rozhovor na stranách 10–11

INZERCE

Tajemstvím skvělé postavy je káva z kořene pampelišek

Doporučuje přední česká nutriční terapeutka,
majitelka firmy Fit, zdraví, výživa a Dandelion, Jana Kolrusová.

Kávu z praženého kořene Smetánky lékařské najdou
milovníci zrnkové kávy ve variantě bezkofeinové i klasické.

objednávejte na www.fitforlive.cz/bio-kava



Bezpečnost potravin je široké téma

Také více přemýšlíte o tom, jaké potraviny si koupíte, abyste jedli zdravě? Vybíráte si podle etiket, doporučení přátel, informací na internetu? Nebo o tom naopak vůbec nerozmýšlíte a nákupní vozík plníte hlava nehlava, protože se spoléháte na serióznost obchodníků, farmářů, pěstitelů a chovatelů? Zdravý rozum velí, že nic se nemá přehánět a všeho s mírou. O tom, co nám chutná, často rozhoduje zkušenost, doporučení, ale i krásný lákavý obal výrobku nebo nápaditě vystavené ovoce a zelenina, čerstvé maso, uzeniny, sýry, ryby. Málo platné, jíme mimo jiné očima, možná dost často hřešíme a žaludek plníme tím, co naše tělo vůbec nepotřebuje, ale také se na druhé straně topíme v záplavě nejrůznějších doporučení, což je snad ještě horší než zákusek v cukrárně. Ale jak se tedy vyznat v tom, co je pro člověka zdravé, bezpečné, vhodné? Podle čeho se řídit, podle čeho servírovat na talíř? Odpovědi jsem hledala u ředitelky odboru bezpečnosti potravin Ministerstva zemědělství Ing. Jitky Götzové:



Ing. Jitka Götzová

Co je to vlastně bezpečná potravina?

Bezpečné musí být všechny potraviny, které výrobci uvádějí na trh. Bezpečnost potravin se posuzuje z hlediska jejich zdravotní a hygienické nezávadnosti. Na rozdíl od kvality, kterou posuzujeme hlavně podle složení a také chuti, která je však u každého individuální.

A může být pro někoho i tato nebezpečná?

Ano, může, proto jsou také jasně dány požadavky na označování potravin. Je to důležité hlavně pro ty, kteří mají specifické požadavky na výživu, např. z důvodu diety, alergie nebo intolerance na určitou potravinu. Pro takové spotřebitele je podstatné, aby pečlivě četli složení potravin uvedených na obalu a vyhýbali se takovým potravinám, které obsahují pro ně nebezpečné složky. I z tohoto důvodu jsou

alergeny na obalech potravin vyznačeny výrazně, například odlišným typem či stylem písma nebo barvou pozadí.

Jak moc jsou pravidla pro výrobu kvalitních potravin, tedy svým způsobem i bezpečných, závazná pro české firmy a jak pro dovozce?

Pravidla pro výrobu potravin jsou závazná, jak pro české firmy, tak pro dovozce, kteří dovážejí potraviny do zemí Evropské unie. V rámci EU platí společné právní předpisy, které jsou zveřejněny v Úředním věstníku EU. V České republice platí také národní právní předpisy, přičemž evropská (harmonizovaná) legislativa je nadřazena národní legislativě. Pokud určitá oblast není regulována předpisy EU, může členský stát stanovit vlastní či detailnější předpisy.

Za jakých okolností se může stát například salám nebo tvaroh jídlem, které by člověk neměl konzumovat?

Velice snadno. Stačí po nákupu měkkého salámu nebo tvarohu tyto potraviny špatně uskladnit, neuchovávat je při doporučené teplotě, a za pár dní, někdy i za pár hodin již nejsou vhodné ke konzumaci. Datum použitelnosti, uvedené na potravině, zajišťuje bezpečnost potravin pouze tehdy, pokud ji spotřebitel uchovává za podmínek uvedených výrobcem. Dále by takové potraviny neměly vykazovat senzorické změny, neměly by být napadeny plísněmi, škůdci nebo mít poškozený obal.

A nepřehání to naše legislativa s přísností?

Pohybují se v oboru téměř dvacet let a jsem přesvědčená, že legislativa přísná není. Každý z nás očekává, že se může spolehnout na to, že co si koupí, je v pořádku, a nemusí mít obavy, že po sněžení bude mít nějaké obtíže. Bohužel i přes všechny požadavky se stále setkáváme s tím, že některé potraviny v pořádku nejsou a někteří výrobci legislativu nedodržují. Takže kolegové ze SZPI a SVS mají stále dost práce s kontrolou potravin. Musím říct, že mě někdy až udivuje, co v potravinách a provozech naleznou (www.potravinynapranryi.cz).

A co my, spotřebitelé, nejsme už někdy až posedlí diskuzemi o tom, co je vhodné dát na talíř?

Hlavně je dobře, že se o to, co si dát na talíř, zajímáme. Samozřejmě nic se nemá přehánět, takže posedlost pouze určitým stylem stravování může vyvolat i celkem vážné zdravotní a psychické problémy. Je třeba ve stravování používat trochu i selský rozum, pokud se stravuji přiměřeně a pestře, a mám dostatek pohybu, tak nemusím mít výčitky, že si dám zmrzlinu nebo dortík. Ale často se setkávám s tím, že lidé řeší svoje stravovací hříchy různými doplňky stravy a velmi se diví, když zjistí, že doplňky stravy jsou vlastně běžné potraviny a nemají žádné specifické legislativní požadavky jako třeba léky.

Stále probírané glutamáty, ztužovačlá a jiné látky, které dnes patří do našeho jídelníčku, škodí, nebo ne? Snad nejsou tolik proti nám, když je producenti stále používají...

Tyto látky a řada dalších, které se souhrnně nazývají potravinářské přídatné látky (aditiva), jsou pro většinu potravin neodmyslitelnou součástí jejich výroby. Používají se z mnoha důvodů. Zlepšují vlastnosti potravin tím, že prodlužují jejich trvanlivost, zvýrazňují barvu, zlepšují chuť nebo jsou důležité z hlediska technologie výroby, například zvyšují mísitelnost



foto Pixabay

jednotlivých složek při přípravě těsta, urychlují kynutí apod. Některé z těchto látek bereme jako samozřejmost. Třeba přípravu bábovky bez kypřícího prášku do pečiva, což není nic jiného než uhlíčitán sodný (E 500) nebo difosforečnan sodný (E 450), si neumíme představit. Přítomnost látek přídatných, které byly v potravině použity, musí být uvedena na obale, a to v sestupném pořadí podle toho, v jakém množství jsou v potravině obsaženy. Přítomnost látky přídatné se označuje uvedením názvu látky nebo číselného kódu E (E čísla). Kód E zavedla EU pro přídatné látky, které byly podrobně zhodnoceny na základě toxikologických studií a jsou v povolených dávkách, které jsou bezpečné pro zdraví konzumentů. Pokud jsou přídatné látky používány v souladu s platnými předpisy, nepředstavují pro spotřebitele významné zdravotní riziko. Každá přídatná látka, která má být schválena pro použití do potravin, musí projít přísným hodnocením zdravotní nezávadnosti.

Vyznavači zdravého stravování by nepozřeli některé druhy mořských ryb stejně jako párek ze supermarketu. Je to ale, podle mého, spíše o informacích. Podle čeho se orientovat, čemu vlastně věřit?

Máte pravdu, že informací je tolik, že je obtížné se v nich vyznat. A sama trávím dost času tím, že sleduji různé odborníky, kteří radí, co jíst, jak jíst a kdy jíst, abych měla přehled, jaké informace laická veřejnost dostává. My se snažíme prostřednictvím Informačního centra bezpečnosti potravin zveřejňovat spolehlivé informace na našich webových stránkách, kde nabízíme spotřebitelům informace od státních dozorových orgánů, z Evropského úřadu pro bezpečnost potravin, z Úředního věstníku EU, z univerzit a výzkumných ústavů apod.

Povidlové buchty, obložené chlebičky, pořádný vepřový řízek, svičková, to jsou dobroty, na které milovník české kuchyně nedá dopustit. V jakém případě mohou být naším nepřitelem, měřeno tedy nejruznějšími předpisy, normami?

Tak riziko je hlavně množství, ale to legislativa samozřejmě neřeší. U chlebiček bych doporučila si při nákupu všimnout hlavně chladicího boxu, měl by být zavřený, aby tam nemohl vylétnout hmyz, a měla by být dodržena chladicí teplota. Obsluha by také měla používat jednorázové rukavice nebo kleště. Pokud jsou chlebičky oschlé a prodáváčka na ně sahá ru-

kou, běžte raději jinam. U pokrmů v restauraci je pak důležitá teplota a čerstvost podávaného jídla a kvalita oleje na smažení, to si ale zákazník těžko zkontroluje sám. Bohužel podle posledních zjištění SZPI každá pátá až šestá restaurace připravuje pokrmy na přepáleném fritovacím oleji. Takže je na místě stále tyto kontroly provádět.

Čím se váš odbor především zabývá? Kvalitou potravin domácích výrobců, kontrolou dováženého zboží, vizemi ohledně geneticky modifikovaných šlechtěných rostlin, osvětou obyvatelstva?

Bezpečnost potravin je velmi široké téma, řešíme témata jako kontaminanty v potravinách, používání pesticidů, antimikrobičnou rezistenci, bezpečnost a pěstování geneticky modifikovaných plodin, nové techniky šlechtění a nové potraviny, což jsou takové, které nemají v EU historii konzumace, například potraviny vyrobené z hmyzu. V rámci odboru funguje i zmíněné Informační centrum bezpečnosti potravin, které se zabývá osvětou obyvatelstva a vzděláváním dětí, žáků a studentů v oblasti zdravé životosprávy, správné výživy, hygieny při manipulaci s potravinami

Pohybují se v oboru téměř dvacet let a jsem přesvědčená, že legislativa přísná není. Každý z nás očekává, že se může spolehnout na to, že co si koupí, je v pořádku, a nemusí mít obavy, že po sněžení bude mít nějaké obtíže.

a prevence onemocnění z potravin. K tomuto účelu informační centrum realizuje a používá webové stránky (www.bezpecnostpotravin.cz, www.viscojis.cz, www.viscojis.cz/teens), přednášky pro spotřebitele, výukové programy a představení pro děti a mládež, výukové materiály (učebnice, pracovní listy, pracovní sešity pro školy), programy do interaktivních tabulí pro děti, e-learningový kurz pro studenty SŠ, aplikaci do mobilních telefonů a setkání se spotřebiteli na tematických akcích. Veřejnosti je zdarma nabízena řada tištěných (i elektronických) publikací se zaměřením na zdravou výživu a bezpečné stravování, správné označování potravin, prevenci před nemocemi z potravin, přehled a zpracování tematické legislativy, rady a doporučení pro správné a bezpečné zacházení s potravinami.

Nač při nakupování vy sama hledíte především? A co si do ledničky nikdy nedáte?

U potravin, které nakupuji, čtu hlavně etikety, hlídám si složení i datum spotřeby, abych měla jistotu, že mi v lednici potraviny nějakou chvíli vydrží. Obvykle nechodím do obchodu každý den, takže je třeba mít malou zásobu. My jsme rodina, která jí skoro všechno, takže je toho opravdu málo, co byste u nás nenašla. Ráda vařím, takže téměř vůbec nekupuji hotová jídla. Občas vyzkouším nějaké polotovary, které využiji pro přípravu rychlé večeře, ale obvykle se k nákupu nevracím. Výjimkou snad byly rybí prsty, když byl syn malý, ty se mi dělat domácí nechtělo. A občas kupuji hotový knedlík. Já sama mám intoleranci na lepek, takže používám i bezlepkovou mouku a kupuji bezlepkové pečivo. Spoustu jídel si bohužel nemůžu dát v restauraci a musím si je připravit jen doma. Mám třeba ráda ovocné knedlíky a klasické české omáčky a ty zatím v restauracích v bezlepkové variantě nenabízejí.

Webové stránky bezpecnostpotravin.cz poskytují spousty informací. Pro koho jsou určeny a nač byste v souvislosti s nimi upozornila?

Webové stránky bezpecnostpotravin.cz jsou určeny jak široké veřejnosti, tak i odborníkům a lidem pracujícím v potravinářství, zemědělství, ve stravovacích službách, ve státních orgánech, v oborech pokrývajících celý řetězec výroby potravin, tj. „od farmy až na talíř“. Webové stránky bezpecnostpotravin.cz poskytují základní informace o problematice bezpečnosti potravin a systému jejího zabezpečení v rámci ČR. K dispozici jsou tiskové zprávy dozorových orgánů (Státní veterinární správa, Státní zemědělská a potravinářská inspekce, Ústřední kontrolní a zkušební ústav zemědělský, Orgány ochrany veřejného zdraví), hlášení evropského Systému rychlého varování pro potraviny a krmiva (RASFF), aktuální informace o možném riziku z potravin na našem trhu, informace o hygieně při manipulaci s potravinami, ale rovněž informace z oblasti výživových doporučení. Uživateli webových stránek mohou zdarma využívat službu tzv. e-mail listu, tj. po zaregistrování je jim zasílán souhrn aktuálních informací v periodicitě, kterou si sami určí. Součástí webových stránek je také slovník Bezpečnost potravin A-Z.

za odpovědi poděkovala Eva Brixí



Kam s květináči

Také uklízíte kytičky ze zahrad a balkonů domů, aby je nepoškodil přízemní mrazík? U nás je to vždycky průšvih, protože se tchýniny jazyky, kaktusy, rýmovníky a aloe rozrostou zcela nebývale, venku jim to svědčí víc než v uzavřeném prostoru. Jenže, kam teď s nimi? Bývaly doby, kdy mi bylo líto je vyhodit na kompost, někam bezmyšlenkovitě odložit. Když už narostly, pak by měly dělat radost. Ale nemohu mít každou místnost jako skleník, a květiny patří do interiéru tak, aby ho dotvářely, ne překážely. Tak co s tou letní nádherou? Potají zapomenout květináč na nádraží, věnovat kámošce, domovu pro seniory? Není to nejšťastnější. Máte nějaký lepší nápad? **Eva Brixová, šéfredaktorka**



Tip Grady

Jak se stát lídrem, pro kterého lidé rádi pracují

Clint Pulver



Autor vedl stovky rozhovorů se zaměstnanci různých firem, aby zjistil, co je pro ně důležité, co je ve firmě drží, naplňuje, co nesnášejí apod. A se svými poznatky a tipy se neváhá podělit se všemi lidmi, kteří chtějí pochopit, co musejí ve firmě nebo u sebe změnit, aby své zaměstnance udrželi a získali co nejvíce z jejich potenciálu.

partneři www.madambusiness.cz

hlavní partneři:



partneři:



Prosperita Madam Business

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

Šéfredaktorka:

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

Šéfredaktor www.madambusiness.cz:

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

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

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



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

Placené textové materiály jsou označeny grafickým symbolem

www.madambusiness.cz

Internetový marketing: Media Know, www.mediaknow.net

Z www.madambusiness.cz doporučujeme sledovat kosmetickou poradnu GERnétic nazvanou Průvodce zdravým půvabem.

Nenechte si ujít novinky na blogu intuitivediary.com naší redaktorky Kateřiny Šimkové.

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



Jaký význam přikládáte zdravému stravování?

Soňa van Deelenová
Svaz českých a moravských
výrobních družstev
generální ředitelka

Stravování má určitě vliv na zdraví a spokojenost každého z nás. Avšak jaké stravování je zdravé, to se těžko definuje. Když se podíváme jen třeba 50 let zpátky – a to v historii nic není – doporučení odborníků se velmi proměňovalo. Maso ano – maso ne, vejce ano – vejce ne, těstoviny ano – těstoviny ne atd. Osobně si myslím, že důležitá je pestrá, pravidelná strava, nad kterou ani nemusíme moc přemýšlet. Sama se tím bohužel moc neřídím.



Myslíte si, že muž dokáže ženu pochopit?

RNDr. Jan Nedělník, Ph.D.
Výzkumný ústav pícninářský, spol. s r.o.
ředitel

Určitě. Ženy jsou krásná stvoření hodná obdivu a lásky. Jak zpívá Jaroslav Uhlíř v jedné své písni: „Mám duši dítěte, a přesto říkají mi starý pane.“ Tak si dovoluji parafrázovat: „Mám duši naivní, a přesto věřím, že ženy pochopit lze.“ Muži a ženy nejsou rozdílné bytosti, myslíme, cítíme stejně. Znáám mnoho žen, které jsou více racionální než moji mužští kolegové i než já, a naopak mužů, kteří jsou citlivější než ženy. A pořád platí, že svět bez žen by byl pustou plání.



Informace do kabelky

Brněnská čokoládovna s novinkou Ajala Cascara

Brněnská Ajala nenechává nikoho na pochybách, že patří mezi světovou chocolatierskou špičku. Potvrzují to nejen nedávno získané medaile z International Chocolate Awards a z jídelních Oscarů Great Taste, ale i právě představovaná Cascara. Co se schovává pod obalem této novinky? Spojení rukodělné čokolády se sušenými slupkami kávových třešní, známými jako cascara. Snoubení, které voní jako ibišek a chutná jako tvarohový dezert s třešňovými oslazenými medem. Kávové třešně jsou plody kávovníku, jejichž slupky se už od nepaměti sušily (cascara španělsky znamená svrchní slupka) a jejich louhováním se získával oblíbený nápoj podobný spíš čaji než kávě také obsahující kofein. Po objevení pražení a celosvětovém nástupu kávy tato delikatesa téměř vymizela a v podobě tradičního nápoje se udržela jen v Etiopii, Bolívii a Jemenu. Pokud ale na světě existuje lahodná surovina jako stvořená pro snoubení s čokoládou, Ajala ji najde. Tak se zrodila Ajala Cascara. Kromě chuti stojí za zmínku i původ použité cascary. Tyto sušené slupky kávových třešní pocházejí z kávové farmy rodiny Hartmann, která byla založena synem českého dobrodruha Aloise Strašila. Farma se navíc zaměřuje na ekologické pěstování a stromy na jejich pozemcích jsou domovem pro více než 300 druhů ptactva. Hráť vás bude nejen teplo čokolády, ale možná i pocit, že okousíte tak trochu „zakázané ovoce“. Do nedávna byla v Evropě totiž cascara na černé listině potravin. Nebo spíše se na žádném seznamu nevyskytovala, a to byl ten problém. Její binární podstata něčeho mezi čajem a kávou, a nápojem a potravinou totiž neodpovídala kolonkám, a nesměla se proto prodávat ani používat. To se naštěstí už změnilo, a proto můžete konečně ochutnat čokoládu, která vás chutí pohladí a složením „nakopne“.

(tz)

Šetrná drogerie je důležitá pro tři čtvrtiny Čechů, častěji takové zboží nakupují ženy



Většina Čechů se domnívá, že u produktů, které lze zakoupit v drogeriích, je důležité dbát na ohleduplnost k životnímu prostředí. Vyplyvá to z nejnovějšího průzkumu společnosti dm drogerie markt. Po ekologickém produktu sáhne alespoň občas, nebo i častěji téměř 70 % lidí. Jejich nákupní chování se přitom změnilo zejména v posledním roce.

Češi u nákupu z převážné většiny uvažují nad environmentálními dopady produktů. Tři čtvrtiny respondentů se domnívají, že je u drogistických výrobků důležité dbát na ohleduplnost k životnímu prostředí a na stopu, kterou na planetě zanechávají. Opačný názor má pouze jedna desetina dotázaných. Odkrývá to průzkum, jenž pro společnost dm drogerie markt zpracovala agentura STEM/MARK.

Celá pětina osob dále uvedla, že produkty šetrné k životnímu prostředí nakupuje často, dalších 49 % pak alespoň občas. Zájem o tyto výrobky přitom u Čechů roste zejména v po-

slední době. Více než polovina dotázaných totiž uvedla, že v letech 2021 a 2022 dbala na nákup šetrných drogistických produktů více než v předchozích letech. „Společnost dm vnímá stále silící požadavky zákazníků na nabídku zelených produktů, a proto své portfolio neustále rozšiřuje. V prodejnách jsme již v roce 2018 zavedli takzvané zelené cenovky, podle nichž se mohou zákazníci snadněji orientovat. Naši nabídku také neustále rozšiřujeme o produkty, které jsou šetrné k životnímu prostředí,“ komentoval Jiří Peroutka, manažer komunikace dm drogerie markt. Právě tato společnost považuje udržitelnost a ohleduplnost k přírodě za součást své filozofie. Stejně vysoká jako ochota si produkty šetrné k životnímu prostředí kupovat je i důvěra lidí v ně, což potvrdilo hned 73 % dotázaných. Necelá jedna pětina lidí naopak v neutrální dopady na planetu u těchto výrobků nevěří. „Výrobci by se proto měli snažit zákazníky o procesu výroby svého zboží co nejlépe informovat. V dm například pomocí symbolu čtyřlístku přímo na obalu produktu jasně deklarujeme to, čím je ohleduplný k přírodě, ať jsou to použité suroviny, či například obal z recyklovaného papíru,“ dodal Jiří Peroutka. Špatnou zkušenost má s šetrnými produkty jen desetina lidí. Polovinu z nich zklamal

hlavně slabý nebo nulový účinek, pro 13 % je dinců je problém vysoká cena. „Je však nutné zdůraznit, že například u přírodní kosmetiky se účinek oproti konvenční kosmetice dostaví až po delší době, zato je dlouhodobější,“ upozornila Michaela Zikmundová, manažerka sortimentu dm drogerie markt. Průzkum dále ukázal, že více než třetina respondentů není příliš ochotna si za udržitelné produkty připlatit. Podstatně větší částí dotázaných (60 %) však do produktů šetrných k životnímu prostředí nevdí investovat více peněz. Převažují mezi nimi zejména mladší lidé, pro které je téma životního prostředí velmi důležité.

Udržitelným produktům jsou dle průzkumu kromě mladší generace obecně více nakloněny ženy. Právě ony také častěji tyto typy výrobků nakupují a mají o nich lepší povědomí. Zatímco více než polovina lidí si vybaví zejména šetrné produkty značek Nivea, Frosch a alverde, ženy jmenovaly častěji než muži rovněž značky Tierra Verde, Weleda či Pro Climate, produktovou řadu dm drogerie markt. „Řadu Pro Climate, která je nejen klimaticky neutrální, ale i neutrální k životnímu prostředí, jsme na trh uvedli teprve minulý rok. O to více nás těší, že se již etablovala v povědomí zájemců o šetrné drogistické zboží,“ uzavřel Jiří Peroutka. (tz)

Pozvánka do Resortu Mandira

jako příležitost pro návrat k vlastnímu zdraví

Západní svět se mění, začíná nová éra hodnot a povědomí o tom, jak vnímáme vlastní zdraví. Originálně vyvinutý koncept tzv. Holistické ajurvědy, propojující tisíce let staré znalosti s moderní vědou a potřebami západního člověka, je k máni jen v rakouském Resortu Mandira. Zde můžete najít způsob, jak obnovit unavenou mysl a tělo dostat do kondice. Christina Mauracher, která tento koncept v rezortu Bad Waltersdorf založila, mi naznačila, jak vše souvisí se vším:



Christina Mauracher

Hodně sázíte na účinky ajurvědy. Proč?

Prastaré ověřené praktiky mají svou velkou cenu i dnes. My jsme čerpali z indické moudrosti. Indie se od Evropy liší v mnoha směrech. Je tu jiná strava, nabídka potravin, klima, civilizační choroby, ale také potřeby a nároky, kterým člověk čelí. Detailně jsme analyzovali účinky ajurvědy a přizpůsobili ji potřebám západního světa. Vznikly tak nové metody, receptury a způsoby ošetření v kombinaci s léčebnými a terapeutickými postupy, které jsou přesně šité na míru západní společnosti. Stálo nás to mnoho času, úsilí, přemýšlení, ale domnívám se, že jsme připravili metodu, která v sobě slučuje nespočet poznatků a procesů, které dokážou člověku účinně pomoci. A jak víte, otázka zdraví se stala v posledních letech velmi diskutovanou, zejména s pandemií covidu či děním na Ukrajině. Tlak doby, jak se říká, ničí zdraví mnoha lidí, velmi tíživě doléhá na lidi v businessu, každá podnikatelka nebo manažerka vám po-

tvrdí, že ví, co jsou to bezesné noci, jaký je strážák syndromu vyhoření. Ajurvěda v kombinaci s dalšími přístupy vytváří v našem pojetí celostní pohled na člověka, je to přístup porozumění, jde po příčině, tedy umí napravit škody.

V čem jste jedineční?

Náš rezort je prvním a jediným zařízením, které se zaměřuje na dosažení celostní fyzické a psychické pohody západního člověka s využitím vlastního originálního konceptu Holistické ajurvědy. Ten zahrnuje tradiční znalosti, vědecky podložené medicínské přístupy, diagnostiku a terapie, samostatně vyvinuté terapie i vlastní nutriční přístup. Máme ověřeno, že naše know-how funguje.

Je holistický přístup opravdu tak mocný?

Výraz „holistický“ vychází z řeckého holos (celek) a znamená celostní, celistvé či úplné.

Podle tohoto učení dokážeme významné souvislosti rozpoznat pouze tehdy, máme-li k dispozici všechny relevantní aspekty, které do řešení také zahrneme. V Evropě dominuje konvenční medicína, která má do jisté míry omezené uplatnění. Celostní medicínská orientace a Holistická ajurvěda oproti tomu nabízí účinné cesty proti civilizačním chorobám, jejichž výskyt neustále stoupá. Myslím si, že tento negativní vývoj je zapotřebí zpomalit. A Holistická ajurvěda stojí na osmi pilířích, které jsme vyvinuli za více než deset let studia a praxe (Health MED, konzultace a léčba, Healing Spirit neboli léčivý duch, prevence & regenerace, Skin Solutions, Mandira Ahara, jóga a meditace, sport a pohyb). Na jejich koncipování jsme spolupracovali s ajurvédskými praktiky, klasickými i komplementárními lékaři, stejně jako s psychologem a odborníky na cvičení a výživu. Z celé symbiózy vznikl soubor přístupů a řešení, které se přesně přizpůsobují současnému západnímu životnímu stylu a potřebám a úkolům, kterým denně čelíme.

Zvládat stres, umět se vyrovnat se strachem, obavami, to je někdy hodně těžké. Vaše metody to zájemce naučí. Podle jakého principu?

Má to jednu zvláštnost: propojujeme metody mentálního screeningu s koučinkem. Tento přístup se aktuálně ukazuje jako velice funkční. Ještě před pár lety to byl především společenský tlak a stres, který nás často dohnal na hranice psychických limitů. Během pandemie se však na naší psychice začínaly projevovat devastující dopady strachu a sociální izolace, o válečných hrůzách ani nemluvě. Poslední dva roky nám nepokryté ukazují, jak se vše točí především okolo zdraví. Naším posláním je dávat tělu, mysli a duši správnou hodnotu. Ajurvěda už přes 5000 let nahlíží na lidi jako na celostní, holistický systém a uznává každého v jeho individuální konstituci. V Holistické ajurvědě ukazujeme celostní způsoby, jak dlouhodobě posilovat odolnost, přijmout stres a strach a lépe se s nimi vyrovnávat. Uvolňujeme a ohraničujeme blokády, které si ani neuvědomujeme. Vytváříme tím základ pro dlouhodobé posilování psychiky a její trvalé udržení. Holistická ajurvěda podporuje duševní zdraví právě tímto přístupem, vždy ve spojení s manuálním ošetřením, cvičením, výživou a koučinkem.

Je potřeba si však tento přístup osvojit...

Ano, a to přesně nabízíme. Určitě nejde o nějaký „levný“ marketing nebo snahu získat kli-



enty za každou cenu. Myslím, že máme co nabídnout. Psychika lidí, samozřejmě také podnikatelské i manažerské veřejnosti, se dostává v posledních letech pod velký tlak. A není jiné cesty, než se s tím umět vyrovnat. Řešit, nebojovat jen s příznaky. Z organismu vyloučit nahromaděné toxiny. Hledat a najít rovnováhu fyzickou a psychickou. Posílit imunitu, trávicí a celkový metabolický systém. Naučte se znova spát, obnovte vitalitu. Preventivně podporujte pohodu a zdravý životní styl. Podpořte termálními koupelemi. To je náš návod.

S čím tedy pomůžete?

Při pobytu v našem rezortu vás navedeme, jak co v životě změnit, abyste se cítili lépe. Zní to jednoduše, a není ani tak složité se tomu naučit. Vyloučíme-li z těla toxiny, posílíme-li imunitu a pozměníme-li náš životní styl, odbouráme-li stres, vylepší se i náš metabolismus. Je to například směr proti syndromu vyhoření, kolapsu organismu. Souvisí s tím lepší pohyblivost těla, a třeba i prevence revmatismu, pomůže to zádům i kloubům. Nebudete tolik vyčerpaní a znova se nadechnete, získáte víc optimismu. A pro ženy platí i to, že budou zkrátka lépe vypadat, lépe vyzařovat. Takže smysl to určitě má. My se snažíme to vysvětlit a výsledky přesvědčit.

Co pomáhá vám osobně nejvíce jako prevence napětí, pocitu, že nic nestíháte, že už nemůžete dál? Určitě jste něco podobného už zažila...

Ano, samozřejmě, v každodenním životě s rodinou a jako podnikatel to zažíváte znova a znova, dosahujete svých vlastních limitů. Pro mě osobně je důležité rozpoznat, jaké jsou moje „čerpací stanice“: procházka lesem, povídání s dobrými přáteli, bublinková koupel... Když cítím, že už je toho všeho trochu moc, připomenu si, co mě dokáže dobít a co právě teď potřebuji. Velmi užitečné mohou být i každodenní rituály, jako jsou dechová cvičení nebo – pokud není dostatek času na sport –

krátké protahovací cvičení mezi nimi. Je důležité dělat to, co nám prostě dělá dobře.

Je nespočet rad, jak na vysoký tlak, který vzniká z přebouřených emocí. Bylinky, cvičení, dýchání, pobyt v lese. Co se nejvíce osvědčuje?

To je velmi individuální – také tomu v ajurvédě věnujeme zvláštní pozornost, protože to hodně závisí na vašem vlastním konstitučním typu. Je velmi důležité – zejména preventivně – naučit se naslouchat sami sobě. Například v ajurvédě existuje ranní rutina: škrábání jazyka, naolejo-

vání těla, oil pulling. Na jedné straně nám tato rutina poskytuje zpětnou vazbu (například o povlaku na jazyku) a učí nás být všímaví v jednání sami se sebou (zbavit tělo toxinů, věnovat pozornost sobě). To je velmi důležité z hlediska prevence. Poslouchejte, kde je problém. Uvědomte si, kde je slabé místo a co v danou chvíli funguje nejlépe. V jaké fázi života se nacházím, jaká je moje individuální konstituce – kde se právě nacházím. Mohu pracovat na fyzické úrovni, na mentální i duchovní – samozřejmě je ideální, když začínáte na všech třech úrovních, je to nejlepší způsob, jak dosáhnout rovnováhy. Velkou roli samozřejmě hraje i výživa. Pokud je moje tělo dobře vyživované, jsem odolnější a stabilnější. Nezbytné je také dýchání – žádné stresové dýchání, hluboké břišní dýchání, dýchání nosem. Zásobuje orgány kyslíkem, podporuje krevní oběh a otevírá dveře duchu. Ideální je k tomu samozřejmě procházka lesem. V dnešním světě je velmi důležité najít oporu uvnitř, protože venku ji těžko hledat. Dívat se na emoce, vnímat je, cítit, aby mě nepřemohly – k tomu potřebujete „prostor“, ať už při chvílích v lese, v perlíčkové koupeli, při meditaci, nebo józe.

Myslím, že spousta zdravotních potíží lze připsat špatným mezilidským vztahům. Kdyby spolu lidé pěkně komunikovali, ubylo by nemocí. Jaký na to máte názor?

Komunikace je samozřejmě velmi důležitá. Existuje ale spousta komponentů, které mohou způsobit zdravotní problémy. Faktem však je, že lidé potřebují sociální prostředí a komunikaci. Nejde jen o verbální komunikaci – velkou roli ve zdraví a prevenci hraje i komunikace neverbální, hmatová, jako je objetí nebo dotek. Aby vnější komunikace fungovala, je ale důležité v prvním kroku komunikovat vlastním vnitřním hlasem, naslouchat, přijímat a zpracovávat vlastní emoce. To odpovídá dalšímu ajurvédskému principu: uvnitř jako navenek, v malém jako ve velkém.

za odpovědi poděkovala Eva Brix
www.mandira-ayurveda.at/en



Společná cílevědomost je klíčem k úspěchu

Jak mít tým kolegů, kteří dokonale souzní, kteří šlapou jako hodinky, chodí do práce rádi, odvádějí potřebný výkon? Jak nastavit laťku, aby byl zaměstnavatel i zaměstnanec spokojený? Aby vztahy fungovaly a promítaly se až do emocí zákazníků, radosti nad produktem i službami, jež ho provázejí? V Kia Czech se právě na takové aspekty zaměřili. Je o tom i následující rozhovor s Barbarou Landovskou, People & Organisation Senior Manager:



Barbara Landovská

Čím se inspiruje Kia při zdokonalování svého týmu? Co je podstatné k tomu, aby zastoupení tak významné světové značky u nás dobře fungovalo?

Značka Kia ze své podstaty, zvláště v posledních letech, je inspirací a motivací pro druhé, jednotlivce, komunity i jiné společnosti. To samé očekává od svých zaměstnanců. Kia a její osobní vozy sbírají mnoho prestižních a mezinárodních ocenění. Ty by nikdy nezískala, kdyby všech jejích 52 000 pracovníků po celém světě netvořilo fungující týmy. Za úspěchem značky v České republice stojí spojení dvou kultur, korejské a české. Češi jsou velmi pracovití, vytrvalí a vynalézaví. Korejci houževnatí, milují pokrok, technologie a jsou to náruživí obchodníci. Společná cílevědomost je klíčem k úspěchu.

Je nábor nových zaměstnanců pro centrálu hodně složitý? Podle jakých kritérií se řídí? A zajišťujete také posily pro jednotlivá dealerství?

V posledních letech je nábor nových zaměstnanců nemalou výzvou. Často se setkáváme

s kandidáty z různých i mimo oborových oblastí. Ti se hlásí na mnohdy specializované pozice a zdaleka nenaplnují naše očekávání. Lidé jsou hodně ambiciózní, avšak jejich kvalifikace a finanční nároky neodpovídají potřebám dané pozice, našim možnostem a ani aktuální situaci na trhu. Nábor nových členů týmu se řídí několika aspekty. Každá pozice vyžaduje jiné kompetence a úroveň dovedností, na jejichž základě vybíráme vhodného člověka.

Vedle zkušeností a znalostí se hodnotí celkový projev, jeho přidaná hodnota pro firmu, ale také to, zda osobnostně nám nový člověk zapadne do již fungujícího týmu. Zkrátka musí přeskočit pomyslná jiskra. A dealerství – ano, v současné době máme zpracovaný náborový projekt. Prostřednictvím externí agentury poskytujeme podporu našim autorizovaným dealerům po celé republice při hledání vhodných zaměstnanců. Agentura dle požadavků a potřeb vyhledává kandidáty a organizuje pro obchodní partne-

ry pohovory. Snaží se jim tak ušetřit čas při hledání a snížit nezbytnou administrativu spojenou s náborem.

Rozvoj zaměstnanců, vzdělávání, školení, růst jejich znalostí, ať již technických, nebo třeba obchodních a komunikačních, je důležitý. Jak se snažíte si je ale udržet? Abyste jen neinvestovali a aby to nebyly takřka vyhozené peníze? Zavedli jste nějaké benefity, na jejichž základě pečujete o věrnost pracovníků?

Za poslední roky ušla Kia velký kus cesty v oblasti rozvoje lidských zdrojů. Kritéria pro nábor zaměstnanců, jejich motivaci, ale také formy odměňování má velmi dobře nastavené. Uvědomujeme si, že dnes, více než kdy dříve, vnímají zaměstnanci motivaci, inspiraci a jistou formu stimulace jako klíčový faktor, který hraje svoji roli v jejich spokojenosti. Tento fakt nám potvrzují pravidelné firemní průzkumy. Rozvoj zaměstnanců, nejen pro nás, ale pro každou firmu je velmi důležitý. Podporujeme je v jejich osobním růstu, stejně tak jim poskytujeme možnost pracovat na různých projektech, investujeme do vzdělávacích potřeb a pracujeme na cílech tak, aby měli prostor pro kreativitu a současně byli v souladu se strategií firmy. Nabízíme řadu benefitů – individuální vzdělávání, online kurzy, flexipasy, homeoffice a řadu dalších až po služební vozy. Benefity každý rok modifikujeme tak, abychom drželi zdravý standard. Motivační pro zaměstnance a současně ekonomicky udržitelný pro společnost. Ty však sehrávají sekundární roli. Primárním faktorem benefitu je náplň práce. To, zda máte k dispozici správné pracovní nástroje a týmové kolegy určuje, zda jste v práci výkonný a spokojený. Neméně důležitá je také důvěra vašeho nadřízeného ve vaše schopnosti a odbornost. Koneckonců lo-

V našich autorizovaných dealerstvích pracují desítky žen a mnohé z nich i na pozici prodejkyň osobních vozů, kde mají vynikající výsledky.

ajalita zaměstnanců je individuální záležitostí, která je závislá na osobní spokojenosti.

Mají zájem u vás působit spíše ti zkušenější, nebo naopak mladší generace technicky či manažersky orientovaných lidí?

Záleží na oboru a pozici. Věk není rozhodující, zato kvalifikace a pohled na některé aspekty našeho podnikání ano. Například technický školitel se neobejde bez znalostí produktu, prezentačních a manažerských dovedností při



školení prodejců a servisních mechaniků. V oblasti marketingu, PR a komunikace vyžadujeme zase kreativitu, vysokou mediální znalost a jazykové dovednosti. V obchodu je nezbytná zkušenost lokálního automobilového, ale také ekonomického a globálního trhu, včetně orientace v konkurenčním prostředí. Více než polovina zaměstnanců působí v Kia déle než pět let a pětina déle než deset let, raritou je kolega, který letos oslavil 20 let u značky.

Nakolik je oblast prodeje automobilů a péče o zákazníka zajímavá pro ženy?

Musíme si přiznat, že auta dříve patřila především do mužského světa. Za poslední desetiletí se však automobilový průmysl hodně proměnil. Objevily se nové profese a obory, které přilákaly nemalé množství žen. V českém zastoupení značky Kia zaměstnáváme více než 30 % žen, což je dvojnásobek než před osmi lety. Ty zastávají různé pozice v oblasti produktového plánování, máme regionální manažerky, vedoucí komunikace (PR), ale i řadu techničtějších pozic, jako je oblast školení dealerské sítě nebo poprodejní služby a s tím spojená cenotvorba náhradních dílů a příslušenství. V našich autorizovaných dealerstvích pracují desítky žen a mnohé z nich i na pozici prodejkyň osobních vozů, kde mají vynikající výsledky.

Hodně jste se zabývali transformací značky. V jakém slova smyslu? Co všechno si pod tím můžeme představit?

Kia prošla transformací na začátku roku 2021. Vedle změny korporátní identity a sloganu

značky Movement that Inspires se tato změna propsala do firemní kultury a jejího řízení. Jedná se o krok, který značí odpoutání se od tradičního obchodního modelu postaveného na výrobě automobilů. Značka odstranila ze svého názvu slovo Motors (původně Kia Motors Czech, dnes Kia Czech), což symbolizuje, že Kia vstupuje do nových a nově vznikajících oblastí podnikání cestou navrhování pokrokových produktů a služeb mobility s cílem zvyšovat kvalitu všedního života zákazníků.

A týkalo se to i firemní kultury. Čím se v Kia vyznačuje? Nakolik dává prostor ke kreativitě?

Naše firemní kultura prošla v posledních třech letech, tedy ještě před zmiňovanou transformací, zásadní kulturní proměnou tzv. Game Changer. Což v podstatě znamená otevřenou a transparentní komunikaci, zmocnění a delegování pravomocí, kreativní myšlení, sebevědomé riskování a nebojácnost při selhání a rychlé rozhodování. Jsme v procesu transformace naší organizace z hlediska struktury, procesů a pracovní kultury, abychom se více zaměřili na zákazníka. Jako firma chceme našim zaměstnancům a zákazníkům poskytnout příležitosti a prostor k inspiraci a motivaci.

Vztahuje se proměna i na oblečení, korespondenci nebo vztah podřízeného a nadřízeného?

Dress code držíme neformální. Prezidenta společnosti Kia Czech uvidíte chodit neustále v polo tričku, chino kalhotách a teniskách. Naše firma se snaží být plochou organizací, nikoliv hierarchickou, jako tomu bylo v minu-

losti, a pracujeme spolu jako tým, jako kolegové, nikoliv jako nadřízení a podřízení.

Kolik Kia v České republice zaměstnává lidí a jaký je jejich průměrný výdělek? Touží noví zájemci o práci u vás spíše po vyšším platovém ohodnocení, nebo si více cení volného času, který by věnovali soukromému životu?

Zaměstnáváme 50 zaměstnanců, včetně externistů. Výši průměrného platu považuji za důvěrnou a dovolím si odpověď nechat bez komentáře. V dnešní době hledí až už stávající, nebo nově přichodící zaměstnanci na vyváženost svého života. Tedy očekávají vyšší platové podmínky kombinované s benefity a pracovní flexibilitou, to vše v rovnováze se soukromým životem. Je to dáno současnou inflací a situací, která vyvstala z pandemie v posledních dvou letech.

Jak pečujete o ty, kteří se ocitli v seniorském věku a užívají si penzi? Zajímá vás po čase třeba jejich názor na určité věci? Nebo je zaměstnáváte jako brigádníky? Scházíte se s nimi třeba jednou ročně?

Za dobu mého působení ve firmě (8,5 roku) odešel do důchodu po více než 20 letech v Kia Czech pouze jeden náš zaměstnanec. Zůstáváme s ním v kontaktu a využíváme jeho zkušeností při realizaci některých projektů. Stejně jako on, tak i mnoho dalších našich bývalých zaměstnanců stále udržuje přátelský kontakt s našimi současnými kolegy, což mi ukazuje, že zde máme dobrý tým lidí, který si cení přátelství, která vznikla a přetrvávají i po skončení pracovního poměru. Automobilový průmysl je velmi živý, ale poměrně malý svět, a vy nikdy nevíte, s kterým ze svých kolegů se v budoucnu na pracovní úrovni opět setkáte.

otázky připravila Eva Brix



Interim management je královna managementu

Na čas za pomoci externích manažerů řídí firmy, které se potřebují vzpamatovat, nabrat nový vítr do plachet, chytit svěží vánek. Z neprosperujících vytváří ty ziskové, brání krachu, dává prostor k novým nadějím, vede k efektivnosti. Tak by se dala zjednodušeně charakterizovat náplň činnosti společnosti JPF Czech s.r.o., kterou založil vizionář a sám úspěšný podnikatel Ing. Jiří Jemelka, MBA. V roli personální ředitelky zde působí Mgr. Markéta Tesařová. Její vyprávění o tom, jak to u nich chodí, dává jasný obrázek o principech úspěšnosti. Vřek posuďte sami:



Mgr. Markéta Tesařová

Sama sebe si v roli personální ředitelky neumím představit. Co musí žena v takové pozici umět především?

Určitě musí umět komunikovat a mít ráda lidi, umět odhadnout jací opravdu jsou, ne do jaké se staví pozice. Také jsou fajn zkušenosti z oboru. Denně jsem v komunikaci s velkým množstvím osobností, ať jsou to moji kolegové, majitelé firem, nebo nejčastěji kandidáti naší společnosti. Jistě není k zahoezení odhad na lidi a umění přesvědčit je, vnímat, ale nenechat se takzvaně opít rohlíkem. V posledních letech se situace na trhu práce obrátila, takže nejen firma si vybírá kandidáta, ale především kandidát si vybírá společnost. Je to o tom, aby i kandidát měl z rozhovoru (záměrně už neříkám pohovor) příjemný pocit, protože vždy se snažím s kandidátem spíše vést obyčejný hovor při kávě, než abychom měli formální rozhovor typu, že jeden se ptá a druhý odpovídá. Samozřejmostí je smysl pro odpovědnost a sebedisciplínu, protože na této pozici už není nikdo, kdo by kontroloval. A bez dobrého time managementu se také neobejdu, protože práce je více než dost.

Jaká cesta osudu vás dovedla k firmě, pro niž nyní pracujete?

Inzerát, tenkrát ještě vytvořený Jiřím Jemelkou, zakladatelem a majitelem naší firmy, byl psán naprosto odlišným způsobem, proto mě velmi zaujal, ačkoliv jsem tenkrát obdobnou práci měla a novou jsem nehledala. V rámci mé pracovní pozice jsem se občas na inzeráty podívala, a jakmile jsem tento uviděla, tak mi to nedařilo, a odpověděla jsem. Musím přiznat, že do poslední chvíle jsem to brala stylem, že to jdu jen zkusit, až do okamžiku, kdy mě pan Jemelka pozval na strategický workshop, v podstatě roční poradou. V tu chvíli mi došlo, že mě opravdu vybral a já se musím rozhodnout. Do té doby jsem si říkala, že je na tu pozici určitě velké množství kandidátů a byla by velká náhoda, kdybych v této firmě pracovala zrovna já.

Říká se, že vztahy mezi lidmi jsou pro úspěšný chod společnosti tím nejdůležitějším. Je to tak?

Bezpochyby, vztahy plné respektu a důvěry v mnohém zjednodušují situaci. Tam, kde je

Sami v JPF bereme krizi a problémy jako velkou příležitost, a ne jako prostor pro obavy.

důvěra, není třeba tolik kontroly, a práce a procesy jsou pak plné lehkosti a vše jde mnohem lépe od ruky. V komunikaci naší firmy nikdy nechybí slova jako děkuji a prosím.

Obor interim managementu, v němž působíte, klade na kvalitu šéfů výsostné nároky. Jaké to jsou požadavky právě dnes, v době, kterou jsme se naučili označovat jako ekonomiku nejisté trajektorie?

Máte pravdu, na naše interim manažery jsou kladeny obrovské nároky. Nejdůležitější požadavek, jaký máme, je to, aby interim manažeři měli především rovný charakter. Na tom vše stojí a padá. Dále jsou to hlavně zkušenosti s řízením kompletní firmy. Nemůže k nám nastoupit člověk, který je na pozici, řekněme, výrobního nebo finančního manažera, a my bychom byli první firma, kde by nastoupil na pozici výkonného ředitele.

Většina standardních firem má obavy z manažerů nad 50 let. U nás jich je takových většina. Musím říci, že mnoho lidí, se kterými mluvím, mi řeklo, že jsme firma pro „překvalifikované“ a starší manažery. Osobně to беру jako poklonu. Samozřejmostí je u nás ověřování referencí a test osobnosti.

Pro firmy, o které se staráte, vybíráte vhodné manažery. Jsou k mání? Jak vlastně vypadá trh v této rovině? Je dostatek schopných vůdčích osobností, které mají náležitě charisma, pevnou morálku, unesou zodpovědnost?

V poslední době hodně budujeme značku JPF nejen směrem ke klientům, ale i směrem ke kandidátům a potenciálním interim manažerům. Musím říct, že práce na tomto se nám



vyplácí a vyhledávají nás sami i ti, kteří pro nás chtějí pracovat. Ale jinak je to mravenčí práce, protože interim manažerem se chce stát mnohem více lidí, než je těch, kteří na to mají kvalifikační a osobnostní předpoklady.

Je tedy víc těch ambiciózních, kteří se však musí ještě hodně učit, než dosáhnou na pozici ředitele?

Máte pravdu, je rozhodně více ambiciózních, kteří říkají, že všechno zvládnou a nic není problém.

A právě to je můj úkol rozeznat, kdo je ambiciózní, a kdo si vyhrne rukávy a začne opravdu tvrdě pracovat. Protože můj názor je, že interim management je královská disciplína managementu a víc než práce je to životní styl. Je krásné pozorovat, když se v tom opravdu někdo najde a zamiluje se do toho. Pro mnoho lidí je to nové, protože náš interim manažer je obvykle člověk, který již byl na pozici výkonného ředitele, plant manažera či generálního manažera. Ale nebyl interim manažerem.

Jak si mezi těmi, s nimiž pracujete, stojí ženy? Mají jiné manažerské vlohky, jiné postoje, jiný přístup ke svěřeným úkolům než muži?

Pokud se mi přihlásí žena, která již v minulosti pracovala jako výkonná ředitelka či generální ředitelka, má pevný charakter, a především se chce vrhnout do oblasti interim managementu, tak je obvykle velmi úspěšná. Zpravidla komunikuje jiným způsobem než muži a umí si dobře získat zaměstnance i majitele společnosti.



Někteří odborníci tvrdí, že jsou ženy skutečně empatičtější, kreativnější a lepší organizátorky než jejich mužské protějšky, jak to vidíte vy?

Vidím to naprosto stejně, pokud se jim dostane příležitosti, tak se mužům minimálně vyrovnají. Hlavním problémem spatřuji v tom, že pro ženy není často tolik příležitostí, a především samy dávají přednost rodině, případně volnému času před kariérou ve firemním prostředí.

Firma JPF prudce roste. To znamená,

že se potřebuje opírat také o zdatný management. Podle jakého klíče hledáte a vybíráte odborníky do vašeho týmu?

Pokud někdo jde na manažerskou pozici do JPF, tak si to především musí odmakat, neexistuje, aby šel rovnou do manažerské pozice, ale například obchodní ředitel musí být nějakou dobu obchodník, výkonný ředitel si musel odřídit sám několik projektů. Velice se nám to osvědčilo, protože člověk pak přesně ví, o čem je práce těch lidí, které koordinuje.

Mnoho firem se nyní potýká se strachem o to, zda přežijí. A právě strach je prvek, který dokáže mnohé pokazit, zničit, i vizionáře zahnat do kouta. Jak pracujete s tímto elementem? Jak učíte manažery, aby se nebáli?

Manažer se nesmí bát. Toto nelze ani příliš naučit. Za mě je nejvíc přínosné jít příkladem. Sami v JPF bereme krizi a problémy jako velkou příležitost, a ne jako prostor pro obavy.

ptala se Eva Brixí ■■■



Podnikáním pro vaši lepší imunitu



Mgr. Jarmila Podhorná

S virovými onemocněními jako bychom si zvykali žít. A to určitě není dobře. Potřebujeme-li ve firmě dobře fungovat, rozdávat optimismus, motivovat k výkonu ostatní, nesmíme sami působit jako nemocní, zničení životem. I proto se čím dál více mluví o dobré imunitě...

Na té se podílí několik složek – stav nervové soustavy, dýchacích cest, trávicího ústrojí a čistota organismu. Stane-li se, že přece jen onemocníme, je potřeba se právě na stav imunity zaměřit. Posloužit mohou rostliny domácího původu i z dalekých zemí, zejména ve formě tinktur a gemmoterapeutik.

Které z těchto rostlin nám imunitu posílí?

Je to jednak maralí kořen, adaptogen, uleví i při stresu, což je v dnešní době přínosné, snižuje hladinu cukru a cholesterolu, působí proti vzniku depresí.

Dále je to kustovnice čínská. Příběhů o život prodlužujících účincích kustovnice je v Číně celá řada. Je to významný adaptogen, zlepšuje srdeční činnost a řadu životně důležitých funkcí. Posiluje též plíce, játra, podporuje krvetvorbu, odstraňuje bolesti pohybového aparátu, stimuluje nervový systém a je celkovou tonifikací a posilou organismu.

Z našich stránek Mgr. Jarmilu Podhornou dobře znáte. Před lety poté, co jako učitelka odešla do důchodu, založila firmu NADĚJE a dala se na výrobu bylinných tinktur, gemmoterapeutik, mastí a dalších přípravků. V Brodku u Konice vybudovala se svým týmem také úžasnou pupenovou zahradu, odkud pochází většina materiálu pro samotnou produkci. V místě je i poradna a další objekt, kde vám mohou stanovit příčiny některých vašich neduhů. Skoro denně Jarmila Podhorná odpovídá na dotazy zájemců, jak by mohli prostřednictvím bylinek vylepšit svoji kondici. Nechybí mezi nimi ani lidé z businessu. Sama některé z nich znám, zůstali nakonec věrnými klienty a odběrateli. Když se začnete do seznamu přípravků, které v portfoliu firmy figurují, zjistíte, že by se vám vlastně hodilo skoro všechno. Něco na tlak, na cholesterol, na zklidnění mysli, něco na pročištění krve nebo na lepší usínání. Cílem je především organismus regenerovat, a to bylinky ve vhodném dávkování a kombinaci umí. Třeba po takové viróze, která na nás s podzimními měsíci sedne skoro kdekoli... Jarmily Podhorné jsem se tedy zeptala:

Rakytník řešetlákový má nezastupitelné místo v tibetské, indické medicíně, a v posledních letech stoupla jeho popularita i u nás. Je skutečně tak zajímavý?

Určitě ano. Můžeme jej použít při oslabení organismu právě na posílení imunity, při revmatismu, při ekzémech i chřipce. Má též baktericidní účinky. Vhodný je rovněž při řešení problémů se zrakem.

Stejně tak bych doporučila gemmoterapeutikum z černého rybízu, má vynikající účinky na vytvoření kortizonového efektu – při snížené funkci nadledvinek – a je posilou imunity. Je vynikající antialergikum, pomáhá zvládat sennou rýmu, ekzémy, je vhodný ke zlepšení hypertrofie prostaty, pomáhá spolu s malínkem při cystách na vaječnících, má protitotoxický účinek.

Také problémy dýchacích cest, které provází virová onemocnění, můžeme zlepšovat působením některých bylinných prostředků. Jaké byste zmínila?

Velké výsledky na zlepšení činnosti dýchacích cest jsou při užívání bylinných prostředků z šišáku bajkalského. Má příznivý vliv při zvládání kašle, infekcí horních cest dýchacích, astmatu, hlenů, zánětů, řeší chronickou hepatitidu, působí protivirově, antibakteriálně, protiplísňově, pomáhá ke zklidnění činnosti srdce a cév, zlepšuje spánek. Nebo takové

gemmoterapeutikum z lísky. Působí jako anti-sklerotikum na játra, doléčuje po virové žloutence. Obnovuje činnost plic, zlepšuje rozedmu plic. Je vhodné též při neurovegetativní dystrofii – psychické labilitě.

Po prodělaném covidu většina lidí hlásí i nervové problémy. Jak zde příroda pomůže?

Aby se regenerovalo nervové vlákno, můžeme využít gemmoterapeutikum z bělotrnu kulatého. Má příznivé účinky při atrofiích nervů, zánětech, neuralgiích, při poruchách vedení vzruchu nervem.

Kozinec blanitý je odedávna používán při řešení celé řady zdravotních potíží. Je účinný při úpadku psychických sil, zlepšuje imunitu, obranyschopnost, látkovou výměnu. Je antioxidant, imunostimulátor.

Lípa obecná. Gemmoterapeutikum z pupenů lípy je dnes značně využívané ke zlepšení celé řady nervových problémů. Pomáhá při stavech úzkosti, napětí, při řešení neuralgií.

Gemmoterapeutikum z vrby bílé. Jednak je výborný prostředek při chřipce a jiných virózách, ale důležité je její příznivé působení na nervový systém. Snižuje dráždivost nervové soustavy, působí při zlepšení např. zánětu trojklanného nervu, při zlepšení ischiasu a tlumení bolesti.

za rozhovor poděkovala Eva Brixí

Češi investují v Albánii a nakupují byty u moře

Snaha ochránit peníze před inflací, teplé podnebí a nízké ceny nemovitostí lákají Čechy ke koupi apartmánů na albánské riviéře. Z důvodu vysokých cen domů a bytů v ČR, ale i předražených nemovitostí k rekreaci, se Češi poohlíží v zahraničí. Oblíbenými destinacemi k nákupu nemovitosti u moře je dlouhodobě Chorvatsko, Itálie nebo Španělsko. V posledních letech se zvedá zájem o Albánii, která zahájila přístupové rozhovory s EU, je členem NATO a zažívá ekonomický růst.

Vloni koupilo v této balkánské zemi apartmán u moře 150 Čechů. Letos je zájem ještě větší. Jen do konce prázdnin si zde pořídilo nemovitost už 130 Čechů. Cena vybaveného bytu u moře se pohybuje kolem dvou miliónů korun. Za poslední tři roky zde rostly ceny nemovitostí o 30 % a dále porostou. Výrazné zlepšení turistické infrastruktury vede privátní investory z přelidněného Chorvatska víc na jih. Alternativu nabízí písčité albánské pobřeží, kde sezóna trvá šest měsíců. Příjemné klima vhodné k turistice a výletům je ale v Albánii celoročně. I přes předsudky

z doby minulé je země v současnosti bezpečná a bezproblémová. Díky přístupovým rozhovorům s EU Albánie rapidně navyšuje standard služeb, a to při zachování velmi příznivých cen.

„Požadavky Čechů na nemovitost jsou konstantní. Největší zájem je o byty 2 + kk do 60 m², alespoň částečný výhled na moře a blízkost pláže maximálně do čtyř minut chůze. Většinu bytů prodáváme na dračské riviéře. Přístavní město Drač dává z pohledu investice největší smysl. Z letiště se na pláž dostanete za půl hodiny, najdete zde turistické služby, směřuje sem nejvíce investic a vylepšuje se infrastruktura,“ řekl Daniel Mikulka, investiční specialista na byty v Albánii z Myalbania.cz. V plánu je také proměna přístavu v historické části města, který se změní v turistickou zónu s moderní promenádou, terminál osobní dopravy a kotviště soukromých jachet. Komerční přístavní aktivity budou přesunuty do nového terminálu na okraji města. Do Drače létá přímá linka z Prahy a od příštího léta také z Brna. „Češi si nej-



častěji byt pořizují jako investici s občasným využitím pro vlastní rekreaci a v době, kdy ho nevyužívají, pronajímá ho naše společnost turistům, což majitelům přináší další zhodnocení investice. Loňský výnos byl ve výši 6–8 %, letos očekáváme výnos podobný, případně o málo vyšší,“ dodal Daniel Mikulka za Myalbania.cz, která majitelům nemovitosti zajišťuje základní služby jako údržbu, ubytování hostů, úklid nebo doprovodné služby turistům v podobě výletů a zážitků. (tz)

INZERCE



Je krásné slavit společně

ROSSMANN
CLUB
VĚRNOSTNÍ PROGRAM

OSLAVTE S NÁMI 50 LET
S EXKLUZIVNÍM SEKTEM

Freixenet
ZA **49.90 Kč**
+ 30 bodů

Akce trvá od 14. 9. do 6. 12. 2022
nebo do vyprodání zásob.
100 Kč = 1 bod

PRO STARŠÍ 18 LET



Více informací na
www.rossmann.cz

Kosmetické služby směrem k excelentní kvalitě

Partnerský salón GERNétic Kosmetika Reny byste našli v samém srdci Ostravy. Když do něj vkročíte, připadáte si výjimečně. Od nuly jej vybudovala Renáta Šebelová a vtiskla mu noblesu. Kosmetické služby jsou pro ni vášní. Právě proto by byla ráda, aby se celý obor proměnil. Proč si myslí, že by bylo třeba přísněji hledět na kvalitu v tomto odvětví, nastínila v rozhovoru:



Renáta Šebelová

Proč jste začala podnikat ve světě krásy?

Kosmetika mě zajímala od středoškolských let. Než jsem se k ní ale dostala jako profesionál, chvíli to trvalo. Ve vystudovaném oboru jsem nikdy nepracovala. Někdy jsem působila v realitách či realizaci zahrad. Pořád to nebylo ono. Zlom přišel na dovolené v Nízkých Tatrách. Chtěla jsem si wellness užít se vším všudy, a prostředí i služby mě inspirovaly. Vzpomínám si, jak jsem viděla při relaxaci v bazénu reklamu na jednu kosmetickou značku a bylo rozhodnuto. To pro mě byla správná cesta. Absolvovala jsem rekvalifikační kurz a začala si plnit sen. Povolání se

mi stalo radostí, která je na celý život. Do práce se těším každý den. Navíc jsem si uvědomila, že v hotelových zařízeních a nejrozmanitějších wellness centrech se lidé stále střídají, je to trochu jako na běžícím páse. Já to chtěla dělat jinak, s veškerou péčí, abych mohla navázat dlouhodobý a důvěrný vztah s klientkami a poznala je do hloubky.

Jak dlouho jste budovala vlastní kosmetický salón?

Když se pro něco rozhodnu, jsem rychlá. Zabralo mi to půl roku. Vrhla jsem se do toho už během rekvalifikace. Chtěla jsem, aby to bylo

hned, jak jen to půjde. Interiér jsem si vymyslela a zařizovala sama s drobnou pomocí rodiny. Myslím, že je velice užitečné, když na počátku máte salón doma, postupně si uvědomujete, co udělat lépe. Zaměříte se na detaily, které nezbytně dokreslují perfektní zážitek klientky. O to jde především.

Co vás na podnikání baví nejvíce?

Pro mě je hlavní volnost, s jakou mohu nakládat se svým časem. To mi také umožňuje udržovat si rovnováhu mezi prací a osobním životem. Mám obrovskou tvůrčí svobodu. Jsem sama svou paní. Mám salón plně pod kontrolou. Dělán vše podle svého nejlepšího uvážení, abych cítila, že dávám podnikání tu správnou energii, a byla spokojená. Když je totiž profese vášní, jde to lehce, a vůbec vám to nepřipadá jako zátěž.

A naopak je něco, s čím bojujete?

Dvacet čtyři hodin denně je pro mě málo. Plánuji si čas podle sebe, ale zároveň si uvědomuji, jak je den krátký. Přesto při práci přestávám vnímat kmitání ručičky na hodinách a umím se do ní ponořit.

Každého zasahuje současná energetická situace. Jak ji v salónu řešíte?

I v podnikání se člověk musí chovat jako doma. Odpovědně a rozumně. Nikdy jsem neplývala, a této strategie se držím i nadále. Jsou to zdánlivé drobnosti, které k úsporám pomohou – zhasínat, nenechávat v zásuvce spotřebiče, které nepoužívám, chovat se také k vodě jako k cennému zdroji. Samozřejmě musí být člověk opatrný při komunikaci s dodavateli, musí si zjišťovat informace, ověřovat, zkrátka si musí řadu věcí hlídat. Zastávám však názor, že se to dá zvládnout.

Kosmetický salón je pro vás asi jako živý organizmus, o který se musí pečovat...

Rozhodně ano, vždy můžete zdokonalovat sebe i prostředí. Důležitá není jen estetická

Dělán vše podle svého nejlepšího uvážení, abych cítila, že dávám podnikání tu správnou energii, a byla spokojená. Když je totiž profese vášní, jde to lehce, a vůbec vám to nepřipadá jako zátěž.



foto Kateřina Šimková

stránka. Každá kosmetička dává svým službám život právě díky své osobě, proto se vzdělávám, prohlubuji svoje znalosti a dovednosti. Baví mě to a věřím si. Ke klientkám přistupuji jako k darům. To se na podnikání a prosperitě salónu odráží. Kdysi jsme s manželem nebyli úplně zajedno, jestli se mám na dráhu kosmetičky vydat. Dnes mi říká, že jsem udělala dobře, protože vidí, jak ze mě srší energie a že se mi dobře daří. Aby v profesním životě vše klaplo, je potřeba se držet intuice.

Jak se v kosmetické praxi přizpůsobujete různým trendům, a je to vůbec potřeba?

Pokud něco dobře funguje, není potřeba následovat novoty za každou cenu. V oboru jsem začínala s jinou značkou. Tehdy bylo náročné vytvořit si stálou klientelu. To se změnilo až v momentě, kdy jsem se seznámila s GERnétic. Okamžitě jsem věděla, že to bude to pravé. Vše mělo rychlý spád. Stala jsem se součástí rodiny Gerneticienne, kosmetiček, které mě utvrdily v tom, že jsem se rozhodla správně. Vždyť řada z nich pracuje s touto značkou i víc než dvacet let! Během několika měsíců nastala v mém salónu změna. Klientky zůstávaly, protože zaznamenaly, že GERnétic funguje hned. GERnétic podle mého spíše trendy udává. Přitom hledí na excelentní kvalitu a funkčnost. Vnímá potřeby zákazníků. Značka inovuje tak, aby o sebe lidé mohli dbát snáze a s výsledky byli spokojeni. Ve stejném duchu a podle nejvyšších standardů pracujeme my Gerneticienne. Ale například to, že nám přibývá klientů s citlivou pletí, není dáno jen životním stylem dnešní doby. Problém vězí spíše v koncepci našeho oboru.

Co tím máte na mysli?

Stává se, že do kosmetických služeb přicházejí lidé, kteří o ně vlastně nemají zájem. Je to pro ně taková „nouzovka“. Udělají si rychlokurz, dostanou certifikát a jdou do praxe. Přitom nezvládají základní úkony ani diagnostiku pleti. Dodnes nechápu, jak je možné, že je někdo schopný napařovat plet ženě středního věku,



Učím klientky, že kůže je to, co s člověkem zůstává. Z čokolády, dobrého vína, nových bot máte radost většinou krátkou dobu. Ale se sebou žijete celý život.

kterou trápí sušší místa a vrásky. Absolutně nepříjemný postup pro daný typ pleti. A to pak vytváří propastné rozdíly

v kvalitě, poškozují to jméno oboru, a především klienty. Ti služby vyhledávají, protože předpokládají, že se o ně postará odborník. Jenže náš obor nemá žádnou normu, žádný dozor, který by střežil úroveň poskytované péče a profese. To by bylo potřeba změnit. Jinak budeme vídat více lidí, kteří získají díky neod-

borně prováděné kosmetice nejen zlé zkušenosti, ale budou mít především zničenou plet.

Navštěvují váš salón právě takoví lidé?

Když práci děláte dobře a spolupracujete s výtečnou značkou, mluví za vás klientky. Pro ty, které získaly špatnou zkušenost, je stěžejní a jediný argument, doporučení. To funguje celou dobu, co salón mám.

Co je pro úspěch ve vašem oboru ještě klíčové?

Musíte myslet pozitivně. Najít v sobě víru, že to vždycky dobře dopadne. Bez ohledu na to, co se děje kolem vás. Potvrdilo se mi to v době covidu-19, potvrzuje se mi to dnes. Tento přístup je zásadní pro to, aby se vám v podnikání dařilo. Je to také o tom, jaké hodnoty předáváte dál. Učím klientky, že kůže je to, co s člověkem zůstává. Z čokolády, dobrého vína, nových bot máte radost většinou krátkou dobu. Ale se sebou žijete celý život.

Předpokládáte, že budou kosmetické salóny stále zajímavější i pro muže?

Rozumím si se ženami, těší mě společná komunikace. Proto je můj salón ženskou zónou. Ale pokud bych si přála mezi klienty i muže, tak věřím, že se mi to povede, protože budu chtít.

Čím si udržujete životní energii, ačkoli se svět nezdá zrovna růžový?

Dělám to, co mě naplňuje. Těším se na každou novou klientku, na jinou plet, výzvy. Zaměřit se na to, co člověku přináší radost, je hlavní. Práce vás pak vůbec nevysává, ale naopak dobíjí. Není nic, co byste nepřekonal.

za rozhovor poděkovala Kateřina Šimková

Strach do zásoby ještě nikomu nepomohl



Helen Stanku

Ať zapředu rozhovor s kýmkoli, vždy se dotkneme současné ekonomické situace v České republice i ve světě. Den co den se mi potvrzuje, že současné dění se do našeho bytí zapisuje klikatým písmem, z něhož je znát mnoho nejistoty a obav z budoucnosti. Firmy škrtaří výdaje, složitě plánují, některé končí svoji životní pouť a smutně se loučí se zákazníky. Jiné naopak s chutí investují a snaží se využít příležitostí, jež právě tento čas nabízí. Rodí se i nové společnosti na základě ojedinělých vizionářských nápadů, vznikají až neskutečné koncepty, a to napříč obory, od zdravotnictví až po lokální služby či malovýrobu. Jsou to takové zázraky, že si člověk říká, jak je to možné, skoro nevěří. A přesto jsou. Jsou i odpovědi na to, co platí už dlouho: že podnikání a kreativní manažerské práci se meze nekladou, byť je papír s kolonkami a tužka věrným strážcem čísel, která prý nelžou. Vznikají nové mediální agentury stejně tak jako další profesní uskupení, jež se snaží prosadit zájmy svých členů. Do povědomí nás všech se dostává business cirkulární ekonomiky stejně tak jako výroba marmelád exotických chutí nebo nové masážní studio. Většina lidí z businessu se snaží jít dál, uvážlivě, hledat další směr, držet kormidlo. Majitelky firem nebo jejich manažerky se hodně řídí intuicí, zapojují emoce. A také, čas od času zajdou ke kartářce. A právě kartářka Helen Stanku, s níž jste si mohli přečíst první část rozhovoru v zářijové Madam Business, tentokrát opět vysvětluje, proč našemu konání mohou být karty užitečné.

V mnohých firmách nastala generační výměna. Ty ženy, které začínaly před třiceti lety, předávají žezlo businessu dcerám a synům nebo firmy prodávají. Ale jsou i takové, které to nedokážou a zůstávají přesto, že síly už tolik nestačí. Mají i na to karty nějakou radu, názor, odpověď? Pokračovat, či ne?

Ono je to případ od případu jiné. Ne každá žena chce být třeba babičkou na plný úvazek, a jiné se na to naopak třesou. Znam podnikatelky, které nejdříve nechaly své děti vybudovat vlastní business a postupně, až věděly, že jsou jejich potomci dostatečně zodpovědní, začaly přidávat pravomoc. Když děti ukážou samy, co dovedou, je to pro ně ta nejlepší vizitka. Děti od rodičů dostaly vzdělání, výchovu a podporu, avšak v momentě, kdy ukončily vzdělávání, sice o podporu rodičů nepřišly, ale také se musely začít snažit samy. V praxi to vypadalo tak, že když si vypůjčily stokorunu, musely si stokorunu vrátit, a pak si teprve mohly přijít pro další. Tam, kde to bylo jinak, se to často vymklo z rukou, protože se lehce zvyká na výhody a privilegované postavení, které však není podloženo zodpovědností. Rodinné spory, které se tímto nastartovaly, často přešly v neskutečnou nenávist a bolest.

Jedna majitelka velkého obchodu se sportovní módou zbožňovala svoji ratolest takovým způsobem, že ji dítka málem přivedlo na hubu. Přítelkyně jejího syna, rádobu snacha, kterou si nalezl v jakémsi klubu, kde o společnosti nebyla nouze, měla docela vysoké nároky na poměry takto velké a úspěšné firmy. Tam se snažila protlačit své různé podivné známé. Zoufalá matka mne vyhledala v době, kdy pochopila, že má velké potíže, firmě hrozí krach, a protože musela učinit těžká rozhodnutí a kroky, dozvěděla se od svého syna, že je škoda, že ještě nezemřela, protože on mohl být bohatý a mít dost peněz na to, aby si udržel svoji přítelkyni. Samozřejmě toto je extrém.

Nevěřila bych, že něco takového se děje...

Je to vždy o osobním přístupu a zodpovědnosti, dobrých vztazích, kvalitním člověku, či kvalitních lidech, správném nastavení a pojistkách pro případ neblahého vývoje. A samotné ženy, které byly zvyklé být neustále aktivní a najednou by se měly nudit? To asi nedokážeme žádná. Život nám do cesty postaví nové výzvy. Kdysi jsem slyšela jedno moudro: Když přestane jedinec být prospěšný celku, příroda neplýtvá a nastává jeho recyklace. Ano, dokud má člověk cíl a proč každý den vstávat a aktivní náplň, nemá čas na nemoci a další potíže.

To neznamená, že si již nezaslouží do života v maximální míře zakomponovat pravidelný odpočinek. Klidně i aktivní.

Zvažovat rizika, to ano. Ale bát se dopředu, to je nesmysl, člověk tak ztrácí pevnou půdu pod nohama. Strach je mocný a dá se jím hodně pokazit. Naznačuje vesmír, že se nyní až příliš bojíme, že strachu a negativním emocím podléháme zbytečně?

Myslím si, že to máte zmapované velmi dobře. Strádání je fajn, ale jak čeho. Strach do zásoby ještě nikomu nepomohl.

Na druhé straně je nespočet důkazů o tom, jak právě ženy v čele firem a organizačních zvládají nástrahy dneška s přehledem a jak jsou jejich aktivity na vzestupu. V čem je základ takové energie?

Baví vás vaše činnost? Těší vás vědomí, když jdete spát, že je za vámi dobře odvedená práce? Jedna velmi moudrá podnikatelka, která se pohybuje v oblasti ekologické kosmetiky a pracích prostředků, mimochodem řekla, že když zvládla zorganizovat několik dětí a velkou rodinu, firmu zvládne hravě levou zadní. Myslím si, že i se všemi nástrahami frčí pořád.

Mnoho žen se seberealizuje jako OSVČ. Buďte se této formě podnikání, zejména na lokální úrovni, tedy v místě podnikání, dařit?

Je to kraj od kraje jiný. Jsou města a místa, kde by se takové bytosti potřebovaly naklonovat, a naopak. Obecně jsme si již za poslední dobu zvykly na různé potíže, které jsou dané, a i kdybyste dělali cokoliv, s tímto nehněte. Tyto momenty budou následující zimu přinejmenším dva. Ovšem v tom nebudeme my ženy samy a je to obecný jev. A potom je v té osobní rovině samozřejmě velmi důležitým prvkem flexibilita. Jedna podnikatelka si mi bude stěžovat na to, jak jsou klienti hloupí a nechápou, jaké zázračné produkty jim ona nabízí. Jiná se jenom koukne a je jí jasné, kde je potřebná změna. Neberte mě doslovně, ale když vám bude někdo nabízet kolem dokola výhodný neznačkový produkt, který vám nevoní, ale podle něho je skvělý, a každý, kdo je stejně pokrokový jako on to chápe (on, jeho rodina a pět kamarádek) a vy budete mít místo toho své oblíbené značky, i kdyby se obchodník stavěl na hlavu, moc neprorazí. Vinu bohužel lidé často vidí

Jedna velmi moudrá podnikatelka, která se pohybuje v oblasti ekologické kosmetiky a pracích prostředků, mimochodem řekla, že když zvládla zorganizovat několik dětí a velkou rodinu, firmu zvládne hravě levou zadní.

u druhých a nejsou ochotni přizpůsobit se poptávce. Jedna podnikatelka otevírala cukrárnu a kolem v okolí byly další dvě. Měla vynikající zákusky, avšak omezený sortiment. Postupně zjišťovala, co lidé chtějí a přizpůsobovala se. Nakonec je v okolí nejvyhledávanější. Neslevila za své kvality, ale přemýšlela, co by se mohlo lidem líbit, dívala se na to pohledem, jestli by si jako zákazník ve své cukrárně nakoupila a poseděla a přišla na spoustu věcí. Dívat se na obchod pohledem klienta jí pomohlo uchytit se i v této době. Má ty nejlepší recenze.

Vykládáte karty někdy i sama sobě?

Jistěže, několik druhů výkladu a několik druhů karet.

Jsou karty (a systémy výkladu), které mám až strach vytáhnout, jak jsou pravdivé. Pak jsem ale vděčná, protože mi ukázaly věci v souvislostech a pomohly poněkud proměnit osud. Pokud totiž víte, že něco není tak, nebo se nevyvíjí tak, jak byste si představovali, můžete změnit strategii. Karty mohou ukázat, jestli je to tak správně, možná směry i dopady. Ačkoliv se někdy bojím vytáhnout, protože se mi často nechce měnit postoje nastavené věci, nakonec jim musím vždy poděkovat. Mám však takový rituál. Moje milovaná teta, která mi často vykládala karty, říkala, že pokud jdou karty dobře, nemají se kazit. Něco na tom je. Pokud však rozložím karty a vidím něco, co nechci, ptám se tak dlouho, dokud nenaleznu správné řešení a výklad je opět hezký. S osu-

dem však nelze smlouvat a nic se neudělá samo. Karty však ukážou, co musíte učinit, co jste mohli přehlédnout. Věřte, že pak to máte opět pevně v rukou. Projevuje se to jak v malých, tak i ve velkých věcech. Pokud mne karty

varují, abych nejezdila určitou cestu, a já to nerespektuji, většinou si na mě zákonitě vzpomenu. Někdy se může zdát, že nedávám smysl, ale ony smysl dávají, jenom to zatím nevidíme ze své perspektivy. Často platí, že čím konkrétnější otázka, tím konkrétnější odpověď.

platí, že čím konkrétnější otázka, tím konkrétnější odpověď. Je třeba se umět ptát. Kdo je připraven, není překvapen.

za odpovědi poděkovala
Eva Brixi



Na chodbách Schneider Electric denně klapou podpatky

Společnost Schneider Electric si v Česku jako svého zaměstnavatele volí každým rokem více a více žen, a co do rovnosti pohlaví, je zde poměr ženy a muži téměř vyrovnaný. Vysoké procento žen není výjimkou ani v globálním měřítku, ve výkonném výboru Schneider Electric jich od loňského roku zasedá 44 %, čímž, v celosvětovém srovnání s ostatními podniky technického zaměření, činí vysoko nad průměrem. Letos v březnu zařadil Equileap, přední poskytovatel dat a informací o rovnosti pohlaví, Schneider Electric mezi Top 20 firem z pohledu genderové vyváženosti na světě. Společnosti se tak úspěšně daří naplňovat svůj cíl diverzifikované firmy s rovným přístupem k zaměstnancům na všech úrovních.

V celkovém součtu všech zaměstnanců prodejn a výrobní divize v Česku tvoří ženy 48 %, přičemž procento těch, které pracují ve výrobě, se blíží číslu 70. Také v oblasti prodeje dlouhodobě žen přibývá a aktuálně jich zde

pracuje 24 %. Ve Schneider Electric již prakticky neexistují týmy a obory, ve kterých by ženy chyběly. Své uplatnění nacházejí na široké škále pozic – od operátorek výroby, pracovníků v administrativě a logistice přes obchodní a expertní pozice, a to včetně vývoje SW, až po manažerské posty na nejrůznějších úrovních. Důraz na rovné zastoupení obou pohlaví je jen jednou z priorit přístupu, který Schneider Electric směrem k zaměstnancům dlouhodobě prosazuje. „Pokud chceme i nadále zůstat inovativní firmou a přicházet s novými možnostmi a nápady, musíme se na věci umět podívat z více pohledů. A právě diverzifikované týmy zaměstnanců složené z mužů a žen, pracovníků všech věkových skupin i různých národností, a to jak u expertních, tak manažerských rolí, nám dokážou poskytnout tuto cennou konkurenční výhodu. Různorodé skupiny zaměstnanců jsou na rozdíl od těch homogenních daleko flexibilnější, všestrannější, a v podstatě vytvářejí i zdravější pracovní prostředí,“ potvrdila Ida Ročňáková, HR ředitelka Schneider Electric.

Ze zkušeností personálního oddělení Schneider Electric z poslední doby vyplývá, že technické obory získávají na atraktivitě a rostoucí počet žen si dnes troufne i na dříve ryze mužské pozice. Motivací jim mohou být i genderově zaměřené programy, které Schneider Electric nabízí. „Práce v technickém oboru se ženy určitě nemusí bát. Naopak by měly této jim nakloněné doby využít, protože mají jedinečnou příležitost ukázat, co opravdu umí a v čem vynikají. V rámci firemní politiky podpory rodiny mohou naše zaměstnankyně navíc využít zkrácených úvazků, dvou dnů placeného volna za rok pro rodiče pečujícího o dítě mladší 15 let, podpory při dlouhodobém ošetřování člena rodiny a dalších oblíbených a hojně využívaných benefitů,“ popsala Ida Ročňáková.

Společnost Schneider Electric byla nejen zařazena nezávislým poskytovatelem dat a informací o rovnosti pohlaví Equileap mezi 20 nejlepších firem na světě, ale umístila se na třetím místě ve Francii mezi 100 předními společnostmi z hlediska genderové vyváženosti. (tz)



Fejeton

Je to znamení

Hledám Kliku, další trampský kemp nedaleko Máchova jezera. Mobilní aplikace v chytrém telefonu mě tentokrát vede neomylně. Na rozdíl od většiny nocležišť na Roverkách a okolí vypadá Kliku jako solidní srub. Uvnitř se nacházejí dřevěné lavice a v úrovni hlavy na přespání palandy, uprostřed jediné místnosti stojí bytelný stůl. Na něm leží balíček mariášových karet.

Nevím, co mě to napadlo, ale přitáhl mě jako magnet. První, co udělám, natáhnu se, sejmu a šklebí se na mě žaludové eso. Znamení! Jak rád bych to vzal zpět, ale kostky byly vrženy. Utěšuji se aspoň tím, že vždycky existuje horší volba než ta, co na nás padne. Z paměti se vyklube kdysi populární písnička skupiny Plavců pojmenovaná Balíček karet. Slyším slova o významu jednotlivých figur a připomínám si hlavně tato: „A spodek, pane, spodek, to je ďábel!“

Tak vidíš, spodek by byl horší, říkám si. Žaludové eso sice přináší smůlu, obtíže, problémy, změnu k horšímu, dokonce i smrt. Ale na internetu nacházím taky jiné vysvětlení. Jde prý o nejsilnější kartu. A dostává se mi ujištění, že s ní je spojena silná vůle a sebevědomění. Mohu si tedy vybrat, na co mám klást váhu, tak proč hned věšet hlavu?! Já totiž věřím ve znamení. Když se sejdou na číselníku digitálních hodin nebo tachometru tři čtyři stejné číslice, zvedám spokojeně palec.

Když slyším v jednu chvíli stejné slovo v hlavě a z rádia, zvednu významně obočí. Když nerespektuji vnitřní varovný hlas, a posléze následuje odplata, nemám vztek, cítím uspokojení. Od kdy jsem takhle pověřivý? Snad od doby, kdy jsem se potřeboval dozvědět, co mě čeká, a šel se poradit k jedné známé kartářce. Rozložila přede mnou karty do vějíře a já bez váhání táhl čtyři, čtyři esa. Znamení! Co dalšího jsem si z výkladu odnesl, nevím. Jen ty čtyři nejvyšší karty držím v ruce dodnes. Nepovažuji se tím za šťastlivce, za vyvoleného, na němž spočinul boží prst. To spojení s nebem (nebo jak to nazvat) je tu přece pro nás pro všechny.



foto Kateřina Šimková

Pátráme po smyslu života. Proč jsme se narodili, proč jsme potkali někoho, a ne jiného, co tedy po sobě zanecháme... Má to vše hlubší smysl, nebo představujeme náhodné seskupení molekul, jež byly na určitý čas obdařeny lidským myšlením? Na otázky samozřejmě existuje řada protichůdných odpovědí a nemusíme z nich být o nic moudřejší. Právě ta znamení, která nám dává

někdo, kdo ví, kdo řídí osudy, však mohou představovat vodítko. Přicházejí nečekaně v jakoukoli chvíli, často se vynořují z podvědomí, mluví k nám ve snu. Manželka mi vyprávěla o své babičce, které se jednou zdálo o životní výhře. Měla vsadit do Lotynky čtyři čísla. Jenže nakonec zvolila jinou kombinaci, když sen probírala s kamarádkou. A to byla chyba, promarnila hlavní trefu, protože tažena byla přesně ta čísla, která jí napověděla sen.

Věřím, že procházíme životem obklopeni znameními všichni bez výjimky. Jenže je z nějakého důvodu nebereme na zřetel. Buď si jich vůbec nevšimneme, nepovažujeme je za významné, nebo si je špatně vyložíme. Šlapeme si po štěstí, protože se neorientujeme v tom, co je nám naznačováno šúry?

Měl jsem kamaráda Jardu, který si znamení kupoval. To on mě zavedl za kartářkou, kterých znal celý tučet a které mu vykládaly osud. Pravidelně si chodil pro rady k člověku, jenž mu předpovídal budoucnost kyvadélkem. Při špatném postavení hvězd, které mu četl astrolog, raději ani nevystřčil nos z domu. K jeho smůle mu vždycky přítomný okamžik nějak nevycházel, jak by si přál. Ale žil naději, že už brzy, snad příští týden nebo měsíc, se situace úplně změní v jeho prospěch.

S těmi znameními to bude osidné. Víme, že existují. Nemáme pochybnosti o tom, že nám přinášejí určitá poselství. Nepochybujeme o tom, že ignorovat je nás může přivést do neštěstí. Jen kdyby v sobě obsahovaly i návod, jak se v nich vyznat. Jasně instrukce s ručením nemezeným. Panečku, to by se to pak žilo!

Pavel Kačer

Kariérní výťah – jak se za rok a půl vypracovat na manažerskou pozici v Albertu

Firmy i absolventi škol si často kladou podobnou otázku: Jak získat zkušeného manažera nebo se jím v krátké době stát? Albert vytvořil trainee program, který formou intenzivního jedenapůlročního tréninku a spolupráce s vedením společnosti účastníky zaškolí. Pokud program úspěšně absolvují, společnost jim nabídne možnost nastoupit na vybrané pozice. První ročník programu ukončila trojice trainees, z nichž dva zůstávají v Albertu dále pracovat jako manažeři sortimentu.

Rok a půl intenzivního tréninku, učení a získávání zkušeností na nejrozličnějších pozicích v rámci firmy, to mají za sebou tři trainees z Alberta. Na konci roku 2020 se rozhodli využít příležitost a urychlit si start své kariéry. Svoji cestu retailem začali v prodejnách a obsluhovali v lahůdkách, na pokladnách, vyzkoušeli si pozici zástupce manažera prodejny. Poznali různé formáty obchodů napříč republikou, působili v distribučních centrech, aby pochopili principy logistiky. Prošli si také řadou oddělení na centrále a posledních devět měsíců se připravovali na svou budoucí pracovní pozici. „Po celou dobu je vedli zkušení manažeři, a v případě potřeby se mohli vždy obrátit na svého buddyho,“ vy-



světluje Ctirad Nedbálek, personální ředitel společnosti Albert. „Těší mě, že jsme s účastníky sdíleli své pracovní zkušenosti a oni s námi zase své nové pohledy, názory a nápady,“ do-

plnil. To potvrzuje i absolvent programu, Marek Pejšek: „Myslím si, že při tvorbě programu bylo myšleno i na naši zpětnou vazbu na aktivity firmy. Po celou dobu jsem vnímal, že naše názory byly vždy důležité.“ Svůj čas a rady věnovali účastníkům také členové nejvyššího vedení firmy. „Překvapila mě úroveň celého programu a mentoring, v mém případě s viceprezidentkou pro marketing. Přinesl mi spoustu zkušeností napříč firmou. Vyzkoušel jsem si činnosti, které bych jinak v životě asi nepoznal. Náročnější byla rotace v operativě, ale zároveň jsem se díky ní i nejvíce s firmou seznámil,“ vyjmenoval Marek Pejšek, který už pracuje na pozici manažera sortimentu. Albert má dlouhou historii spolupráce se studenty, kterým nabízí již 16 let letní stáž, a spolupracuje také s učňovským školstvím. Program pro absolventy probíhá už druhým rokem. Součástí výstupů je rovněž jeho neustálé zlepšování na základě zpětné vazby a strategie společnosti. (tz)

INZERCE

NADĚJE

Mgr. Jarmila Podhorná

Doplňek stravy

Doplňek z bylin
jako podpora
organismu
proti virům a virovým
onemocněním

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

Možné i sestavení kúry dle Vašich individuálních potíží.

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

www.nadeje-byliny.eu



...pro podzimní pohodu

SCAN quilt®



56 prodejen

LOŽNICE

OBÝVÁK

KOUPELNA

KUCHYNĚ

www.scanquilt.cz