

PLAVKY,
které z vás udělají
bohyni pláže

**Nadváha
domácího mazlíčka?**
poznejte ji včas

ŽENY A HOLENÍ
dočasný rozmar?

Nejlepší citronové
dobroty

GOLF
je relax i adrenalin

srpen 2021



14

05

HARMONIE VAŠEHO DOMOVA

Aplikujte Feng Shui ve vašem domově a pozorujte, jak velký vliv to může mít na život. Začněte malými krůčky a pozorujte změny.

10

BYZNYS PLÁN NA A4

O čem by moderní byznys plán měl být, a jak ho zvládnout napsat na jednu A4, krásně napovídá ve svém článku Margareta Křížová.

14

JEN TAK SI TIŠE PLOUT KRAJINOU

Horkovzdušné balóny nás lákají i udivují již několik století. Stačí jen nastoupit do koše a kochat se krásou krajiny z ptačí perspektivy.

22

BUSINESS SLOVNÍK

Také vás přivádí do rozpaků názvy některých pracovních pozic, se kterými se setkáváte v inzerátech firem nebo na LinkedInu? Máme pro vás přehledný slovník nejdůležitějších z nich.

26

GEODA - BRAZILSKÝ PEŘÍČKOVÝ ACHÁT

Přímo pohádkový příběh tentokrát přináší Štěpánka Kurfiřtová ve svém vzpomínání na Její královskou Výsost hraběnkou z Wessexu, pro kterou dělali ve svých dílnách brož z nádherného peříčkového achátu.

32

HLADKÁ JAKO MIMINO

Víte, že v Americe se ženy začaly holit v podpaží už v roce 1908? A to byl teprve začátek. Co myslíte, přežije tento módní diktát další století nebo se vrátíme k původní formě, která trvala od nepaměti?



46

36

PERFEKTNÍ PLAVKY PRO BÁJEČNÉ LÉTO

Jak vybrat ty správné plavky, aby dobře seděly a vytvarovaly naši postavu do úžasných křivek? Zeptaly jsme se žen nejpovolanejších, pro které je volba toho správného prádla pro klientky každodenní radostí.

42

PERSEIDY - NOCI SPLNĚNÝCH PŘÁNÍ

Říká se, že když vidíte padající hvězdu a něco si přejete, tak se to splní. Letos náš čeká opravdu intenzivní meteorický roj, tak proč to nezkusit.

46

KAM VYRAZIT NA GOLF?

Zavedeme vás do tří nádherných golfových resortů, kde můžete načerpat energii a přitom si užít neodolatelné výhledy. A to není zdaleka všechno. Každý z nich nabízí mnohem víc.

54

KDYŽ MAZLÍČCI TLOUSTNOU

Obezita a nadváha nejsou jen doménou nás lidí, ale stávají se také stále častěji ve vyskytujícím problémem, který trápi každého třetího domácího mazlíčka. Jak se s tím vypořádat?

57

CITRON - DOKONALÉ LETNÍ OSVĚŽENÍ

Tento tropický plod už u nás tak zdomácněl, že si těžko dovedeme život bez něj představit. Patrně by nám v našem chuťovém spektru dost chyběl. Vybrali jsme osvěžující recepty, které si zamilujete.



57

EDITORIAL



Šárka Dominika Kšírová
šéfredaktorka

Kdybychom měli najít nejuvštějnější slovo pro letošní léto, bylo by to docela určité slovo SLUNCE.

Už dlouho jsme si neužívali tak přátelsky prosluněné dny, jako letos.

Ani velká vedra - ani nepříjemný chlad - ani extrémní sucha - ani vytrvalé deště.

Počasi je k nám dlouhodobě opravdu přívětivé.

Ideální čas na cestování a koupání.

Na posezení s přáteli a pořádné letní grilování.

Věřím, že to v srpnu ještě pořádně rozjedete.

Ale večery uprostřed měsíce si vyhradte na romantické povalování na dece pod širým nebem.

Budou totiž padat hvězdy.

A letos ve velkém.

Tak si nezapomeňte přát něco hezkého pro sebe.

Já vím, že my ženy máme tendenci upřednostňovat blaho svých blízkých před námi samotnými.

Ale tentokrát udělejte výjimku.

Chtějte něco jen pro sebe.

Udělejte si tu radost a myslete chvíli na tu nejdůležitější osobu ve vašem životě - na sebe samotné.

Protože právě vy jste ta jedinečná, která potřebuje být

šťastná a v pohodě, aby mohla rozdávat lásku a radost

všem okolo.

Ať se vám vaše přání vyplní!



Srpen

Jaroslav Seifert

Klepeta rudá do obilí
se vnořila. Už pokosili
a lány dlouhé jako stuhy
už znovu převracejí pluhu.

Večery v srpnu! Měkce líhá
se do trav suchých pod jabloní.
Chlad lesa zve tě, houby voní
a za stromem už podzim číhá,
by kvečeru, až padnou stíny,
zadrh ti smyčku z pavučiny.

Jaroslav Seifert, Jaro, sbohem



Harmonie vašeho domova

Zkuste aplikovat Feng Shui
ve vašem domově a pozorujte,
jak velký vliv to může mít
na váš život

V dubnovém článku jsme mluvili o magii tří a třech rovinách bytí. Již víte, že prostor je celá jedna třetina našeho života a stejně takovou měrou ovlivňuje naše sny a to, co v životě prožíváme.

Je to jasná objednávka vesmíru. A jak ji správně zadat? Ukážeme vám několik jednoduchých kroků, které pomohou rozproudit tu správnou energii pro váš spokojený život.



Projděte celý byt a zbavte se všech nepotřebných věcí.

„Když mne moji učitelé postavili k tomuto úkolu, neviděla jsem v tom žádný problém. Bydlela jsem ve svém bytě jen rok, co takového se mohlo nahromadit? Věříte, že jsem se nestihla divit, když byl najednou plný kontejner?“ říká Zuzana Adam, lektorka a konzultantka z Adam Feng Shui. Nikdy nedopustíte, aby se **proudění energie** ve vašem bytě zastavilo nebo zablokovalo. Nejlépe tomu zabráníte, když se zbavíte starých věcí - tašek, bot, knih, doplňků, bižuterie, ručníků i nábytku. Jednoduchým odstraněním starých věcí ve skutečnosti vytváříte místo pro věci nové. Jen co uvolníte prostor, v krátkém čase vám do života

přijdou nové krásné předměty i příležitosti. Nemusíte se zbavovat jen nepoužitelných a rozbitých věcí. Vyřadte i předměty v dobrém stavu, o které jste ztratili zájem. Podělte se o své pěkné věci s ostatními. První známka toho, že daná věc už do vašeho bytu nepatří, je to, že o ni ztratíte zájem. Že si sama ani nevzpomenete, kdy jste se na ni podívala a už vůbec ne, kdy jste se usmála, když jste ji vzala do ruky. Ano, možná mnoho let pomáhala energeticky nabít váš prostor, ale jednoduše teď jste ušli další kus cesty a jste jiní. Proto i věci z vaší minulosti již nemusí dál pomáhat vašemu prostoru být „váš“.

Takovým nejjasnějším znakem pro nás ženy (ale i muže) je oblečení. Máme pár kusů, co milujeme, a najednou si danou věc na sebe nejsme schopni obléknout. To je přesně ten impuls, kdy bychom si měli uvědomit, že jsme se posunuli o kus dál a že staré oblečení nese otisk doby, kam se již vracet nechceme. Takže je čas na výměnu. Na to, abychom odložili to staré, bez ohledu na to, kolik je daným věcem let, měsíců nebo dokonce jen týdnů.



Jak nás všechny věci ovlivňují?

Stačí nám uvědomění, kolik života nám může ubrat každá věc, kterou skladujeme jen tak, pro **pocit „co kdyby“**, či jiné majetnické pohnutky. A myslím, že nemusíme chodit daleko. Mnoho let vidím příběhy klientů, kteří zdědili dům po staroušcích a začínají se prohrabávat letitými zásobami všeho, co by se mohlo jednoho dne hodit. Je to někdy neuvěřitelné množství velkokapacitních kontejnerů a vetešníci si vždy odvezou několik aut pokladů.

Co všechno to může v našem životě znamenat takové množství věcí v našem prostoru? - Únavu - Nemoci vs. zdraví - Zmatek v životě - Zajetí v minulosti - Prokrastinaci - Stav uvíznutí - Emoce - Deprese - a další.

Co když už mám „naklizeno“?

V prvním dílu knihy Osvobodte se s Feng Shui jsme si krok za krokem prošli celý prostor a vyházelí vše nepotřebné, uvolnili místo a uklidili náš byt či dům. Když to děláte poprvé, tak se začnou dít proměny života, někdy až zázraky. Ano, je to neuvěřitelné vidět, protože najednou **proudí energie** tam, kam se již léta nepodívala. A když je někde „hladovo“, a vy tam donesete jídlo, tak si umíte představit, jak se vše změní. Od nálady po sílu cokoliv udělat, proměnit.

Stejně tak je to i s naším bytem nebo domem a jednotlivými oblastmi BaGua, které symbolizují části vašich životů. Když se tam energie po letech dostane, vše se najednou začne hýbat.

Je to stejné, jako když otevřete stavidlo přehradě. Najednou se voda (energie) rozlije všude. V Egyptě se každoročně těšili na záplavy blahodárného Nilu, který jim přinášel úrodnou půdu. Ano, i my musíme pravidelně uvolňovat prostor, aby vůbec bylo kam. Ale to není konečná. Ještě je potřeba se postarat, aby bylo co. Jak pokračovat dál. Jak zabezpečit, aby váš prostor byl energeticky naplněn a měl z čeho sílu plnit vaše přání a cíle.

Teď krok za krokem nakoukneme do našeho prostoru a sami zhodnotíme, jaký je v něm stav energie. Důležité bude, abyste energii nacítili, vnímali své tělo - tak dostanete odpověď přímo od prostoru.



„Často se setkávám s reakcemi našich studentů ve Feng Shui Academy, že už snad udělali všechny léčby, vyladili interiér, zharmonizovali.

A pak když se podíváme přímo do daného prostoru a já vnímám projevy svého těla, tak mne najednou něco píchá do zad, nebo škrtí a nemohu se nadechnout. To je jasná známka, že i když je v bytě dokonalý design, tak tam schází to zásadní - živá energie, proudící a nesoucí život pro danou oblast života,“ upozorňuje Zuzana Adam.

Nikdy nedopustíte, aby se proudění energie ve vašem bytě zastavilo nebo zablokovalo.

Hromadění věcí a blokování energie může způsobit:

- Únavu
- Zmatek v životě
- Zdravotní problémy
- Zajetí v minulosti
- Prokrastinaci
- Stagnaci
- Negativní emoce
- Deprese

Vliv nedostatku energie

Nedostatek energie ve svém životě známe všichni. Tak nějak se nelze hnout, **nic se nám nechce, smůla se lepí na paty**. Jednoduše vše jako by bylo zazimováno nebo někdy až zakleto. Přestože máte dostatek energie a nápadů, cítíte se unavení, protože prostor, ve kterém energie chybí, vás o toto všechno rychle obere. Procházkou, sportem, setkáním s kamarády, se vždy nabijete a doma nebo v práci o všechn elán přijdete. To je první známka, že se jedná o diagnózu „nedostatek energie“.

Když už mluvíme o diagnózách, tak dlouhodobý nedostatek energie v prostoru dostane i nás do dlouhého strádání a pak se ozve naše tělo. ↓

na těle, ale i na stavu psychiky. Pokud v prostoru není energie, tak se k vám budou stěhovat i nejrůznější psychické nemoci.

Vliv staré energie

Stará energie vás bude v životě držet v minulosti a v zajetí zaběhaných kolejí. Budete mít **tendenci se rozhodovat stejně, vybírat si pořád stejné cesty** a jakékoliv vybočení ze známého, ověřeného, vás vyvede z míry. Takovou energii můžeme často potkat u starých lidí. Tam to poznáme ihned, cítíme se jinak, je to tam zatuchlé a mnohdy tomu řekneme, že je to tam cítit stářím. Jako by všechny domovy staroušků voněly stejně. Ne, není to tím, že tam bydlí staří lidé. Takto se projevuje stará ↓



Nejdříve běžné nemoci, ale opakující se již nějak často, pak náročnější a dostat se můžeme až k zásadním, život ohrožujícím nemocím. Prostor nebude samoléčitel, ale bude velkým pomocníkem na vaší cestě k uzdravení těla. A vlastně i duše, protože nedostatky se mohou objevit nejenom

energie zastavená v čase. Stejný pocit byste měli i v domě, ve kterém dlouho nebyl žádný život. A tato stará energie způsobuje, že život je jako v zajetí. Ano, v zajetí minulosti. Všechno, co se za léta v domě stalo, vše je přilepené energeticky na zdech. Všechny hádky, neshody, radosti

i nemoci. A když je těch nánosů hodně, tak jednoduše energie je už nasáklá tolika různorodými emocemi, že se dostane do stavu, který můžeme přirovnat ke starobě. Vše funguje stejně nedobře jako tělo starého člověka - nemoci, náročný pohyb, zapomnětlivost...cokoliv si zde doplníte. Taková energie v prostoru je opravdu silná a ovlivní kohokoliv, kdo v ní je. Pokud se nastěhujete do takového prostoru, tak máte pocit tíhy, život se zastaví, děláte nesmyslné kroky, zapomínáte na běžné věci. A co je horší, objeví se nevysvětlitelné nemoci, které ani nevíte, odkud se objevily.

Vliv negativní energie

Řekneme si, že pro naše zkoumání „negativní“ znamená zhoršující naši energii a „pozitivní“ naopak naši energii a energii prostoru zvedá. Negativní energie bude prostor energeticky stahovat dolů, do emocí jako je smutek, deprese, a když občas bude chtít energii nabrat, tak se může objevit výbuch vzteku. Jak může mít prostor emoce? Jednoduše, stejně jako my.

A nejjednodušší projevení a poznání, jakou emoci má prostor, je skrze lidi v něm.

Vrána k vráně sedá... i zde to platí stejně. Pokud je prostor prošípikován negativním, tak další negativní bude jen přitahovat. **Neúspěch, rozchody, hádky, nemoci.** A do doby, dokud prostor pořádně a možná i několikrát energeticky nevyčistíme, tak se nic nezmění. Nemáme tolik síly, abychom jenom naším pozitivním přístupem proměnili prostor, který je negativitou zanášen po mnoho let. Prostor je větší a jednoduše nás zvládne dostat do své energie dřív, než my proměníme jeho energii.

Vliv stagnující energie

Stagnující charakter má energie, která je zablokována. Přirozeností energie je plynout a hýbat se. Proto ji stagnace opět dostává

do stavu, kdy není spokojená. A nejčastějšími spouštěči jsou různé blokády, které do prostoru jeho obyvatelé dávají. Zablokované vchody, okna, dveře, které nejdou plně otevřít, tedy minimálně na 90 stupňů. Zablokované průchody k nábytku, zablokovaný nábytek, police.

Zablokovaná energie nás vede k cyklení se, k blokácím v různých oblastech života.

Zablokovaný prostor v mnoha případech také doprovází onkologická onemocnění.

„Rada je jednoduchá - začněte hýbat nábytkem, zprůchodněte komunikační prostory, dovolte si naplno otevřít okna a dveře. To je první krok,

Jediná cesta je s tím něco udělat, změnit to. Odstranit starou energii a nahradit ji novou, čerstvou.

aby se energie mohla opět začít hýbat a plynout prostorem i životem.

Jsou to první kroky v prostoru, ale bez nich se žádný zázrak nestane. Pokud budete rozmisťovat doporučené nápravy do prostoru a tyto první kroky vynecháte, vaše reakce bude – Feng Shui nefunguje. A to jednoduše není pravda. Je to stejné, jakoby jste na ušmudlanou slečnu navlékli ty nejnádhernější šaty.

Výsledek bude spíše směšný než okouzlující. A účinek pro uvedení do společnosti bude spíše opačný. Stejně je to i v práci s Feng Shui. Dříve uvolněte prostor, dodejte mu zdravou energii a pak můžeme přistoupit k dalším krokům...“ uzavírá Zuzana Adam. ■



Zuzana Adam je v ČR hlavní popularizátorkou metody Feng Shui. Má více než 15 let praxe, je zakladatelkou Adam Feng Shui a autorkou několika knih a online kurzů. www.adamfengshui.cz



BYZNYS PLÁN



*Obchodní plánování v moderním smyslu má poměrně dlouhou historii. Henry Mintzberg ve své knize *The Rise and Fall of Strategic Planning* (Vzestup a pád strategického plánování) poukázal na to, že plánování v nezměněné podobě ve většině případů v dnešní už moc dobře nefunguje. Světem hýbe ohromné množství změn a nejistot, které prakticky znemožňují uceleně naplánovat výsledky s výhledem do budoucnosti. Nový styl plánování s největší pravděpodobností zavede mnohem kratší časové horizonty, plynulejší rozpočtové metody a tak poskytne prostor pro flexibilitu a inovace.*

A jak se to dotýká byznys plánů? I tady, jak se zdá, klasické formě odzvonilo. Byznys plány ve formátu mnohastránkových elaborátů začínají ustupovat a na jejich místo se staví o mnoho jednodušší forma přehledného, a na první pohled jasného, 1-2 stránkového zhodnocení základní myšlenky.

Takže nic, co by nezvládl každý, kdo se rozhodne pustit se do podnikání. O čem by moderní byznys plán měl být, a jak ho zvládnout napsat na jednu A4, krásně napovídá ve svém článku Margareta Křížová.

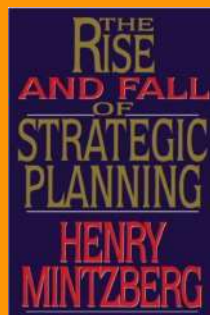
Tak pojďme na to.

Byznys plány jsou opředeny mnoha mýty.
Jak dlouhý má vlastně být byznys plán?
Co všechno by měl obsahovat?
A platí už napořád?

Začněte jednoduše. Testujte, upravujte a klidně měňte byznys plán podle toho, co se děje na trhu a co chtějí zákazníci. Ale hlavně buďte v akci, nečekejte na nic a rozjed'te to, do čeho se plánujete pustit. Nikdy není pozdě a nic není nemožné. Byznys plán na Á čtyřku zvládnete.

Připravení?

Pohodlně se usad'te, začínáme se šesti základními kameny:



Rise and Fall of Strategic Planning, Henry Mintzberg

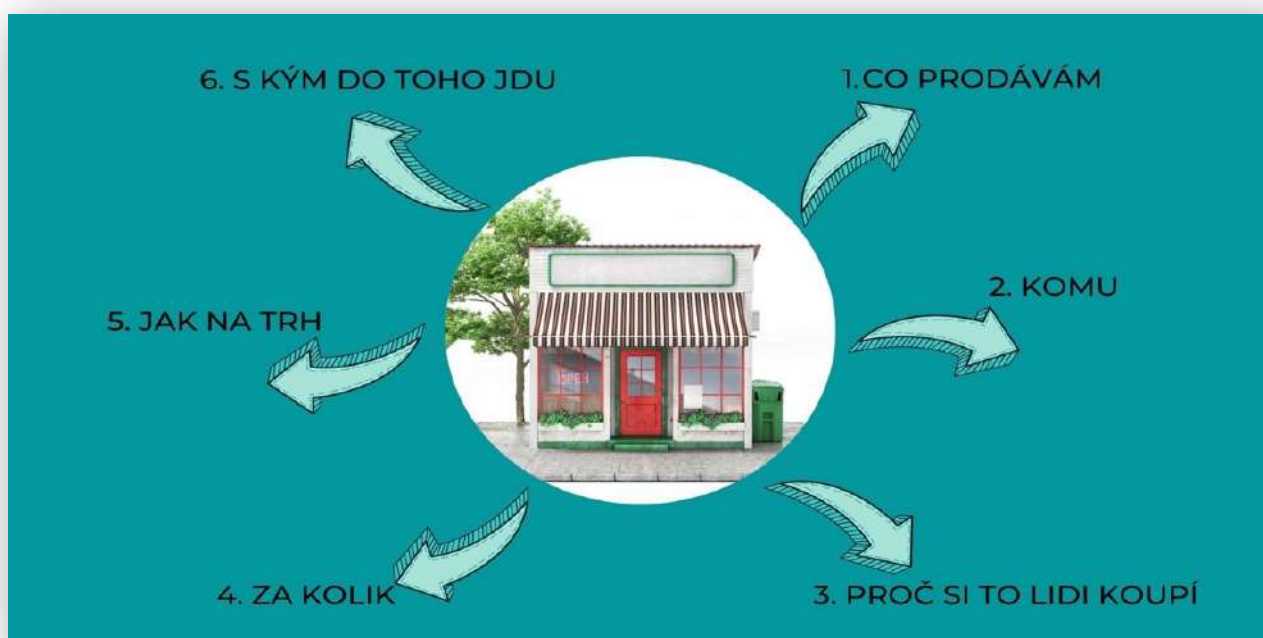
Počet stran: 464

Pouze v anglickém jazyce.

Zamyšlení nad potřebou zavedených plánovacích systémů v byznysu a nutností přístupu k této oblasti vzhledem ke změnám nejen ve společnosti, ale v civilizovaném světě celkově.

Cena: 634 Kč

www.nejlevnejsi-knihy.cz



CO

prodávám - jasně, stručně, srozumitelně

KOMU

to prodám - kdo je ten, který si řekne:
to chci, to potřebuji, to se mi líbí, to mi pomůže

PROČ

si to někdo koupí - protože z toho něco bude mít – radost, užitek, řešení...

ZA KOLIK

budu prodávat, abych neprodělala kalhoty a nedělala charitu

JAK NA TRH,

kde budu prodávat a jak se o mě lidé dozví

S KÝM

do podnikání půjdu - sama,
s kamarádkou, s partnerem...

CO a KOMU?

Přepokládám, že tušíte, co chcete prodávat, ale snažte se to říct maximálně ve dvou až třech větách. Zákazník totiž není jasnovidec a navíc, jestli mu na první dobrou není jasné, co u vás pořídí a co z toho bude mít, půjde o dům dál. Abyste přesně věděla, co je to důležité „CO“, nezapomeňte prozkoumat trh a vašeho zákazníka. Vytvořte si konkrétní osobu a definujte - kdo to je, jak se chová, jak se rozhoduje o nákupu, jaký má životní styl, kolik má peněz apod. Ujistěte se, že pro váš produkt nebo službu je na trhu poptávka, podívejte se, co dělá konkurence a co můžete dělat jinak. Prostě co je vaše konkurenční výhoda.

Základem je

- jasně pojmenovat problém nebo potřebu zákazníka,
- stručně popsat vaše řešení
- a dát vědět, jak může zákazník nakoupit.

Zní to až příliš jednoduše, ale divily byste se, kolikrát začínající podnikatelé řeší neuvěřitelné detaily svých produktů a teprve potom začnou přemýšlet, komu to vlastně prodají. **Produkt je důležitý, ale pokud nevíte, komu ho prodáte a jak, nepodnikáte, ale sníte.**



PROČ?

Proč u vás zákazník nakoupí? Protože máte **NĚCO**, co potřebuje, po čem touží, co mu usnadní život, ušetří čas nebo peníze, anebo například zvýší sociální status. A protože mu to jasné a bez zbytečných řečí řeknete. Ve své knížce [Začněte s PROČ](#) o tom píše [Simon Sinek](#), včetně příkladů firem, které dokázaly zákazníky geniálně přesvědčit o svém PROČ, jako třeba Apple. Proč lidé stojí fronty na nové modely iPhone? Protože Apple zákazníky přesvědčil, že iPhone je životní styl, náležitost ke komunitě, co miluje technologie, inovace a design. Apple kdysi svým zákazníkům nabídl iPod s heslem „dáme vám tisíc písniček do kapsy“ - jednoduché, ale geniální.

ZA KOLIK?

Za kolik prodávat je dost podstatná věc, a přitom stanovení správné ceny je u začínajících podnikatelů tak trochu popelkou. Základem je znát své náklady, včetně ceny vlastní práce a vědět, kolik potřebuji měsíčně vydělat peněz. Z této informace zjistíte, jestli jsou vaše náklady tak vysoké, že musíte prodávat ve dne v noci, o víkendy i ve svátek. Musíte se taky ptát, jestli je na trhu tolik zákazníků, tak vysoká poptávka, prostě jestli je reálné, že tolik opravdu prodáte. Z financí se dělá velká věda, ale věřím na starý dobrý selský rozum.

Zásadní je vědět:

- Jaká je vaše finanční situace – vaše životní náklady a kolik potřebujete do startu podnikání.
- Jak velkou máte finanční rezervu
- Jak dlouho vydržíte svoje podnikání „dotovat“.
- Kolik musíte prodat služby nebo produktu, abyste pokryli náklady a vytvořili zisk.

JAK NA TRH?

Produkt nebo službu máte, víte jak si stojíte finančně, nastal čas zjistit kudy se dostanete na trh a jak dáte lidem o sobě vědět.

Zvažte, kde budete prodávat. Cest je dnes poměrně dost. V e-shopu nebo v kamenné prodejně? Na sociálních sítích nebo příležitostně na trhu? Na začátku podnikání, kdy si chcete otestovat, co zákazníci říkají na vaše zboží, můžete jít i cestou tzv. **pop-up shopu**. To funguje tak, že si pronajmete například na jeden půlden prostor, třeba ve vaší oblíbené kavárně, knihovně, galerii. A pak dáte lidem vědět, že v úterý od 10 do 17 hodin budete nabízet své úžasné marmelády, ručně vyráběné šperky, vánoční věnce, nebo budete pořádat kurz malování pro nemalíře. Není lepší cesty, jak se dozvědět, jestli je váš produkt nebo služba přesně to, co

zákazníci chtějí.

A jak dáte lidem vědět, že u vás můžou nakoupit? Na začátku podnikání má jen málokdo velký marketingový rozpočet, o to víc je potřeba popustit uzdu fantazii a probudit v sobě kreativitu. Web je samozřejmostí, ale není nutné mít web za statisíce, na začátku můžete využít služby jako je Webnode, Wix nebo Wordpress. Sociální síť vyberte podle toho, na jakou skupinu zákazníků cílíte - Facebook, Instagram, Youtube nebo LinkedIn? Rozhodně nemusíte být všude. A pamatujte, že obsah je king a dobrý obsah může být mnohdy účinnější než placená reklama. Sdílejte na svém webu a sociálních sítích kvalitní informace, návody, užitečné fotky nebo videa. Ukažte, že svému oboru rozumíte a respektujte pravidlo obsahového marketingu – „dávej, dávej, dávej a pak teprve prodávej“.

S KÝM TO ROZJEDU?

Poslední, ale přitom velmi důležitá otázka. Na začátku podnikání panuje obvykle euforie. Ovšem špatným výběrem společníka se může euforie proměnit v peklo, z kterého je těžká cesta ven. Proto bych se dvakrát rozmyslela, s kým podnikání rozjedu. Není nic horšího, než parťák, který vás brzdí v každém vašem nápadu a sám nápady nemá. Ať člověk chce nebo ne, byznys je o riziku, a občas je potřeba do rizika jít. Pokud vám vaše polovička v podnikání každou příležitost zamítne, buď ji nebo jeho brzy uškrtíte nebo se na podnikání vykašlete a přijdete o čas, energii a peníze.

Kromě společníků ve firmě se hodí poohlédnout i po partnerech, s kterými můžete spolupracovat. Hledejte synergie, produkty nebo služby, které se s těmi vašimi dobře doplňují. Pořádáte malířské kurzy? Domluvte se s prodejnou výtvarných potřeb – vy můžete nabízet malířské štětce, barvy a stojany, prodejna zase vaše kurzy. Prostě sledujte trh, konkurenci, trendy, ať víte, co se děje a žádná příležitost ke spolupráci vám neunikne.

Přeji vám dobré nápady a ať to vyjde!



Je dobré si dopředu pořádně rozmyslet, jestli váš společník v podnikání je parťák do nepohody a má o byznysu, disciplině a pracovitosti stejné představy jako vy.



Margareta Křížová

Specializuje na finanční a obchodně-strategické poradenství pro malé a střední firmy a působí také jako mentorka začínajících podnikatelů.

Rozhovor s Margaretou Křížovou o podnikání a o tom, že nikdy není pozdě začít, si můžete přečíst v čísle [6/2021](#).

An aerial photograph of Cappadocia, Turkey, during sunrise or sunset. The landscape is characterized by its unique, eroded rock formations, including the famous 'fairy chimneys' (hoodoo rock formations) in the foreground. A winding road cuts through the valley, and a small town is visible on the left. The sky is filled with dozens of hot air balloons in various colors and patterns, some of which are in the process of being inflated or are just taking off. The overall atmosphere is serene and picturesque.

Jen tak si tiše plout
nad krajinou...

Horkovzdušné balóny

Průkopníky balónového létání jsou bezesporu bratři Montgolfierové. Jejich první balón se vznesl v roce **1783** z Annonay. Tehdy v něm ještě nebyli lidé, ale zvířata. Jeho posádku tvořili beran, kachna a kohout.

Důvodem, proč na palubě tohoto letu nebyl člověk, však nebyla obava z pádu nebo havárie balónu. Oba konstruktéři věřili svému vynálezu a byli si jistí, že let bude bezpečný. Obávali se však jiné věci, a to obsahu jedovatých plynů v atmosféře. A tak, když se všechna tři zvířata vrátila z prvního letu úplně v pořádku, cesta k balónovému létání byla otevřená.

Balónům se tehdy říkalo **montgolfiéra** a v Čechách se první vznesla (tehdy ještě bez posádky) v roce 1784. Zásahu na tom měl Tadeáš Haenke, český botanik, lékař, etnograf, kartograf, geolog, chemik, hudebník, cestovatel a objevitel.

O dva roky později už odstartovala také první posádka. Bylo to na slavnosti Marie Kristiny z Dietrichštejna v zámeckém parku v Židlochovicích.

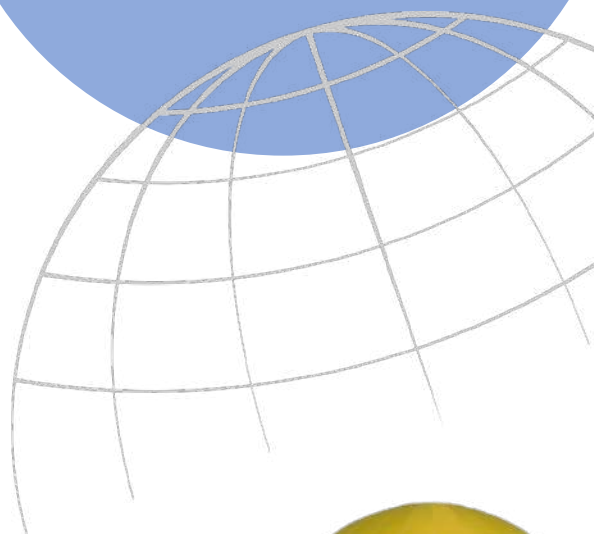
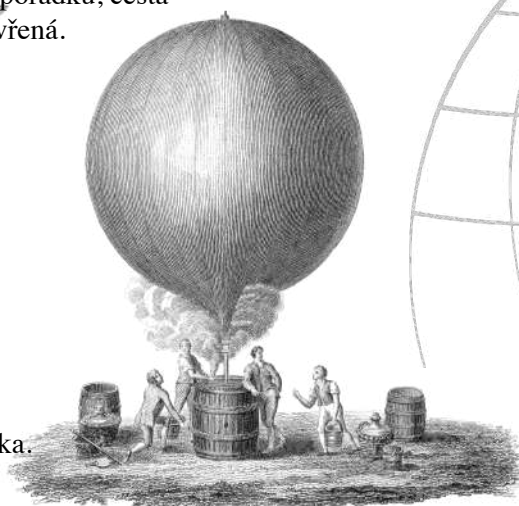
Horkovzdušné balóny začaly později vytlačovat stroje těžší než vzduch - rychlejší a lépe **ovladatelná letadla**. Navzdory tomu však od 70. let 20. století balóny opět zažívají svůj návrat. Především díky jejich využití v reklamě.

Majitelé firem a marketingové agentury se předhánějí jak v barevnosti, tak také v různorodosti tvarů balónů. Tak nás na obloze nemůže překvapit ani obrovský létající medvěd, láhev piva nebo některá z filmových postaviček.



První úspěšný oblet země v horkovzdušném balónu dokončili 21. března 1999

Bertrand Piccard
a Brian Jones



Balón stoupán vzhůru díky teplejšímu vzduchu. Zdrojem tepla je vysokotlaký, atmosférický, difuzní hořák. Z důvodu větší bezpečnosti je zálohován samostatně ovládaným tichým hořákem. Každý balón má tak několik hořákových jednotek sestavených do sad, podle typu balónu. Palivem pro horkovzdušné balóny je propan nebo propan-butan (LPG).







Pohled z koše horkovzdušného balónu je impozantní v každém ročním období.



Samotný balón je ušit z neprodyšné polyesterové textilie. Jeho tvar je vždy navrhnutý tak, aby veškerá záťaž hmoty koše prenášala svislé nosné lemovky. Textilie prenáša iba horizontálne sily od pretlaku. Plášť je zostavený z poledníkov a jednotlivé poledníky sú sešité z textilných panelů.



Horkovzdušné balóny nad Baganem (Barma)

LETNÍ AKCE

na roční předplatné



VÍCE JAK 270 STRAN AKTUÁLNÍCH TÉMAT



PŘEDPLATNÉ NA 12 MĚSÍCŮ
v ceně 690 Kč

CELÝ ROČNÍK 2020
v ceně 356 Kč

K předplatnému na 12 měsíců teď dostanete celý **ročník 2020**
ZDARMA

Celkem více jak **1000 stran čtení** na celý rok
nyní za

690 Kč

OBJEDNAT

Pokud už máte předplatné, při zakoupení akčního balíčku se vám automaticky prodlužuje o dalších 12 měsíců.

BUSINESS SLOVNÍK



CEO

V tématu hledání zaměstnání, kterému jsme se věnovali v minulých vydáních, jsme mluvili o vytvoření CV, pohovoru a dalších oblastech, které sem spadají. Nevěnovali jsme se však samotnému hledání pracovního místa. A tady jsme přehlédlí jednu věc: že dnešní inzeráty firem obsahují mezinárodní popisy pracovních míst a funkcí ve kterých se někteří z nás mohou ztratit. Díky vašim námětům se k tomuto tématu vracíme a přinášíme přehled nejčastějších pracovních pozic pro střední a vyšší manažery.

Do přehledu jsme začlenili i ředitelské pozice, i když zde je předpoklad, že uchazečky o taková místa pravděpodobně jejich význam budou znát. Pro kompletní přehled je přesto uvádíme.

CEO – Chief Executive Officer

Generální ředitel, předseda představenstva

Jedná se o nejvýše postaveného člověka ve firmě, který celou společnost vede. Spolupracuje s ostatními řediteli. Řídí, koordinuje a kontroluje činnost ostatních ředitelů, vytváří celkovou strategii i politiku směřování společnosti k vytyčeným cílům.

Ekvivalent:

Managing Director,
General Manager

CSO – Chief Sales Officer

Obchodní ředitel

CSO má na starosti vedení celého obchodního oddělení. Zodpovídá za implementaci a rozvoj obchodní a prodejní strategie společnosti, kterou zároveň zastupuje při jednáních s partnery. Jeho úkol spočívá také v motivování a hodnocení členů obchodního týmu.

Ekvivalent:

Sales Director
Sales Manager

COO – Chief Operations Officer

Provozní ředitel

Zodpovídá za zajištění bezproblémového chodu firmy. Mimo jiné koordinuje procesy, řeší operativní problémy, dohlíží nad efektivností hospodaření, schvaluje a kontroluje dodržování vnitropodnikových předpisů a vnitřních procesů.

Ekvivalent:

Operations Director
Executive Director
Operations Manager

CTO – Chief Technical Officer

Technický ředitel

Má na starosti vývojářský tým nebo efektivnost výroby a veškeré činnosti s tím spojené.

CMO – Chief Marketing Officer

Marketingový ředitel

Jeho úkolem je vedení marketingového týmu. Kromě toho analyzuje trh, vývojové trendy a konkurenci. Na základě těchto informací vytváří marketingovou strategii. Vyhodnocuje úspěšnost kampaní a zpracovává analýzy či zprávy o činnosti týmu.

Ekvivalent:

Marketing Manager.

CFO – Chief Financial Officer

Finanční ředitel

Zodpovídá za ekonomickou a finanční stabilitu společnosti. Tvoří rozpočty, vyhodnocuje rizikovost projektů, zpracovává finanční reporty.

Account manager

Manažer pro styk s významnými klienty

Odpovědnost za každodenní práci ve styku s nejdůležitějšími klienty, odpovědnost za služby klientům a jejich vysokou úroveň, reprezentace společnosti ve styku s klienty.

Advertising manager

Manažer pro reklamu

Odpovědnost za reklamní aktivity společnosti, spolupráce s reklamními agenturami, příprava projektů a řízení projektů, výběry médií.

Area manager

Oblastní manažer

Řízení aktivit společnosti v daném regionu, vedení příslušných poboček společnosti, spoluvytváření prodejní strategie.

Article manager

Manažer pro druhy zboží

Odpovědnost za vytvoření ceníku zboží a jeho správu, pružnou reakci na změnu trhu, nabídky a poptávky.

Brand sales manager

Obchodní manažer pro určitý druh výrobku

Odpovědnost za plánování a provádění obchodní strategie a odpovědnost za obchodní výsledky týkající se jednoho výrobku nebo skupiny výrobků (zboží).

Branch manager

Manažer pobočky

Odpovědnost za chod pobočky, implementace firemních cílů, odpovědnost za finanční, personální a marketingovou stránku chodu pobočky, rozhodovací pravomoci v rámci pobočky a příslušného regionu.

Contracting manager

Manažer pro řízení smluvních vztahů

Odpovědnost za uzavírání smluvních vztahů, jednání se zákazníky o smluvních podmínkách, spolupráce na přípravě smluv.

Controlling manager

Manažer firemního controllingu

Zavedení potřebných ekonomických instrumentů pro optimalizaci nákladů a výkonů, sestavování firemního reportingu, měsíční a roční uzávěrky, statistické sestavy a analýzy.

Country manager

Manažer pro danou zemi

Odpovědnost za fungování společnosti v dané zemi (finance, marketing, personál, výroba, informační technologie atd.), za rozvoj obchodních a jiných aktivit a činností společnosti.

Customer care manager

Manažer péče o zákazníky

Řízení týmu prodejců, školení v péči o zákazníky, pozice vyskytující se v supermarketech, zajišťování chodu reklamačního oddělení, informační systémy pro zákazníky.

Data communications manager

Manažer datové komunikace

Odpovědnost za návrhy a provádění komplexních technických řešení a koordinace projektů, řízení rozpočtu, operativní a strategické plánování, prezentace produktů a návrhů řešení.

Development manager

Manažer pro rozvoj

Odpovědnost za plánování rozvoje společnosti, expanzi v rámci země nebo regionu, projekty spojené s výběrem lokality, výstavbou areálu, zabezpečením po stránce pracovních sil, spolupráce s vedením firmy atd.

Discript manager

Manažer pro danou oblast

Odpovědnost za vybudování, udržování a rozvoj distribuční sítě v dané oblasti, přizpůsobování se aktuální poptávce.

Expansion manager

Manažer pro rozvoj

Osoba odpovědná za rozvoj společnosti v rámci země nebo několika států, příprava projektů, analýzy prostředí, bezpečnosti investic atd.

Export manager

Manažer exportu

Osoba odpovědná za obchodní činnost firmy ve styku se zahraničím, řízení exportní politiky podniku, cenové politiky, vyhledávání nových odbytových trhů a péče o stávající.

External communications manager

Manažer pro externí komunikaci

Odpovědnost za komunikaci firmy vůči externím subjektům.

Facility manager

Manažer pro zařízení

Osoba odpovědná za všechny operativní kroky související s provozem nemovitosti, vybavením apod.

Financial manager

Finanční manažer

Odpovědnost za správné vedení týmu účetních, kontrola rozpočtu, tok peněz, finanční prognózy, finanční kalkulace.

General service manager

Manažer provozu

Odpovědnost za provoz všech sekcí super (hyper) marketu, řízení sekčních manažerů, řešení klíčových otázek souvisejících s provozem.

Help desk manager

Manažer pro uživatelskou podporu

Odpovědnost za vybudování a rozvoj systému uživatelské podpory, analýza uživatelských potřeb a následné změny v možnostech informačního systému.

Import manager

Manažer importu

Osoba odpovědná za obchodní činnost firmy ve styku se zahraničím, řízení politiky nákupu ze zahraničí, vyhledávání nových dodavatelů, rozšiřování obchodních kontaktů se stávajícími, nutnost pružně reagovat na aktuální poptávku.

Internal communications manager

Manažer pro interní komunikaci

Odpovědnost za management interní komunikace, koordinace informačních toků mezi jednotlivými články firmy, podpora a prosazování firemní vize.

Key account manager

Manager pro klíčové zákazníky

Odpovědnost za prodejní činnosti související se stávajícími a potenciálními klíčovými zákazníky.

Logistics manager

Manažer logistiky

Tvorba logistické koncepce firmy, marketingové hledisko logistiky, nákupní, výrobní a distribuční strategie, logistický informační systém, řízení zásob.

Maintenance manager

Manažer údržby

Odpovědnost za technický stav svěřeného zařízení, kontakt s dodavateli zařízení, zajištění plynulého chodu.

Marketing manager

Manažer marketingu

Odpovědnost za marketingové aktivity, reklama, mapování trhu, PR.

Materials manager

Manažer pro materiál

Odpovědnost za spolupráci při plánování výroby, řízení nákupu, řízení a kontrolu skladu, řízení a organizaci logistiky související se skladovým hospodářstvím.

Media relationship manager

Manažer pro styk s médii

Odpovědnost za prezentaci firmy a jejích aktivit ve vztahu k médiím, prezentace firemní kultury, vytváření dobrého jména firmy, kontakt s PR agenturami.

Non-food floor manager

Manažer sekce spotřebního zboží

Odpovědnost za vedení sekce spotřebního zboží v super (hyper) marketu, rozhodování o nákupu zboží, doplnění zboží, odpovědnost za provozní personál.

Office manager

Manažer kanceláře

Řízení provozu kanceláře, odpovědnost za každodenní provoz, řízení sekretářek a recepčních, poskytování podpory vedení.

Operation shift manager

Manažer směny

Odpovědnost za všechny činnosti směny dle typu společnosti, operativní řešení problémů, organizace práce, řízení směny.

Planning manager

Manažer pro plánování

Odpovědnost za zajištění technicko-ekonomické analýzy, investičních návrhů, příprava investičního rozpočtu.

Portfolio manager

Manažer správy finančních prostředků

Osoba odpovědná ve finančním světě za správu finančního portfolia, analýza dostupných informací a snaha o co největší zhodnocení svěřených prostředků.

Product manager

Manažer pro výrobek

Monitorování vývoje trhu a konkurence ve vztahu k určitému výrobku nebo skupině výrobků, identifikace požadavků trhu a zákazníků, plánování a rozpočtování, implementace reklamních strategií.

Production manager

Výrobní manažer

Odpovědnost za přípravu a provedení všech stránek výrobního procesu, zorganizování vstupů a výstupů, komunikace s ostatními složkami společnosti.

Project manager

Projektový manažer

Odpovědnost za přípravu a samostatné vedení projektu s dosažením stanoveného cíle, volba prostředků a jejich efektivní využití.

Public relations manager

Manažer pro práci s veřejností

Odpovědnost za prezentaci společnosti v PR akcích, příprava PR akcí, výběr a spolupráce se specializovanými společnostmi, úzká spolupráce s marketingovým oddělením.

Purchasing manager

Manažer nákupu

Odpovědnost za řízení dodavatelských vztahů, řízení cenové politiky a výběru dodavatelů.

Real estate manager

Manažer realit

Řízení týmu realitních makléřů, odpovědnost za chod oddělení, strategii, získávání a správu objektů, kontakt s klíčovými klienty, reportování.

Relationship manager

Manažer vztahu s klienty

Styk s významnými klienty, systematická a samostatná obchodní akvizice nových klientů, spolupráce při přípravě, koordinaci a realizaci marketingových a reklamních akcí.

Retail manager

Manažer prodeje maloobchodu

Správa sortimentu, organizace opatření k podpoře prodeje, školení a motivační program prodejců.

Sales manager

Manažer prodeje

Koordinace, plánování a kontrola obchodních aktivit, odpovědnost za prodej, řízení prodejního týmu, kontakt s klíčovými klienty, sklad a administrativa.

Security manager

Manažer pro bezpečnost

Řízení týmu bezpečnostních techniků, bezpečnostní služby, zajištění procesů snižujících rizika.

Sortiment manager

Manažer sortimentu

Realizace strategie nákupu zboží pro obchod (hypermarket), jednání s dodavateli, sestavování skladby sortimentu, cenových, dodacích a platebních podmínek, koordinace prodeje.

Start up manager

Manažer pro začátek podnikání

Odpovědnost za vybudování funkční pobočky společnosti, zorganizování všech potřebných činností a jejich řízení, příprava marketingových a obchodních aktivit.

Store manager

Manažer obchodního domu

Odpovědnost za komplexní řízení obchodu (supermarketu), komerční, personální stránka fungování obchodu, odpovědnost za ekonomické výsledky.

Territory sales manager

Oblastní obchodní manažer

Osoba odpovědná za rozvoj a péči o obchodní strategii v rámci určité oblasti, týká se jednoho nebo i více produktů, naplňování dlouhodobých obchodních zájmů společnosti.

Training manager

Manažer pro vzdělávání a školení

Realizace vzdělávacích aktivit, výběr vzdělávacích společností, mapování vzdělávacích potřeb společnosti.

Brazilský peříčkový achát

● GEODA ●



Dutinka vystlaná drobnými krystalky křišťálu, zřídka ametystu a velmi vzácně růženínu, kolem dokola rámeček, jakoby někdo štětečkem vymaloval drobná ptačí peříčka. Jsou to vlastně „dva kameny v jednom“. Řeč je o achátu, o brazilském peříčkovém. Jeho tak typický vzhled poznáte na první pohled. Příroda i v tomto případě nešetřila fantazií a každý kus je skutečným originálem.

Až do královských komnat

Byly to právě brazilské peříčkové acháty, ze kterých jsem před téměř 30 lety začala vyrábět své první šperky. Dodnes mám dva kusy uložené v rodinné sbírce. Od té doby se toho mnoho událo. Mnoho jsem se o špercích, materiálech a kamenech musela naučit. Ne vždy byla cesta jednoduchá, ale stála za to. Dovedla mě až k branám Wesexu.

„Povstaňte,“ ozvalo se ode dveří. ...Vstoupila do sálu a mně se podlomila kolena. Dáma s vrozenou noblesou plula špalírem stojícího davu. Jen blesky fotoaparátů rušily ticho, které na okamžik zavládlo v sále, aby se v mžiku proměnilo v bouřlivý potlesk. Přichází **Její královská Výsost hraběnka z Wessexu, GCVO**, globální ambasadorka Mezinárodní ceny vévody z Edinburghu ([program DofE](#)).

Držíme se s dcerou Adélkou za ruce a tělem nám probíhá neuvěřitelný pocit štěstí, radosti a hrdosti. Má ji, má ji na sobě, špitáme si, a to už se mi po tvářích koulí slzy, takové ty štěstíčkové.

To jsme nečekaly. Princezna Sophie, Její královská Výsost, hraběnka z Wessexu, GCVO, má na svých šatech brož z peříčkového achátu, kterou jsme pro ni vyrobili u nás v dílně ve **Stefany**.

Na pódiu se střídají řečníci, jsou představováni významní lidé, běží program. Jako bych se propadala do pocitů těch okamžiků, kdy to všechno začalo.



A jak to všechno začalo?

Do krámků vstoupila blondatá mladá dáma, lehce se rozhlédla po vitrínách. Představila se jménem i společností, kterou zastupuje. Popravdě, nic mi ten název neříkal.

Pozvala jsem ji ke stolečku a ona mi u kávy vše objasnila. „Kdo, že má přijet na oficiální státní návštěvu České republiky?“ zněl opakovaně můj dotaz? „Ano, slyšíte dobře, Princezna Sophie, Její královská Výsost, hraběnka z Wessexu, GCVO.“ „Tato krásná dáma?“ To už jsme se společně dívaly na její fotky v počítači. „Ano, to je ona. Pokud budete chtít Štěpánko, můžete vybrat jeden ze svých krásných šperků a věnovat ho Její královské Výsosti. Osobně navštíví Česko, aby zde zastoupila Prince Philipa, Jeho královskou Výsost, vévodu z Edinburghu a zakladatele programu DofE a udělila studentům ocenění.“

Pochopitelně na slavnostní událost budete do Černínského paláce také pozvána. Jediné, co vám Štěpánko nemohu slíbit je, jaká bude reakce na šperk. Její královská výsost, se nemůže na dárky na veřejnosti podívat a projevit své emoce. To je K královský protokol.“

„Víte co, paní Kristýno, jdu do toho. I za cenu nejistoty, jdu do toho.“



Její královská výsost, hraběnka z Wessexu, GCVO

Od roku 2013 působí jako globální ambasadorka Mezinárodní ceny vévody z Edinburghu v programu DofE. V rámci této role navštívila již několik zemí, v nichž program DofE působí, aby zde podpořila jeho rozvoj. Již dříve se hraběnka z Wessexu podobných akcí zúčastnila po boku svého manžela, jeho královské výsosti prince Edwarda, který DofE sám absolvoval a aktivně tento program podporuje již několik let.

Hraběnka z Wessexu se narodila jako Sophie Rhys-Jones v Oxfordu. Členkou britské královské rodiny se stala v roce 1999, kdy se vdala za prince Edwarda, nejmladšího syna britské královny Alžběty II a jejího manžela, prince Philipa, vévody z Edinburghu, jenž je zakladatelem programu DofE. S princem Edwardem se seznámili na charitativní akci v roce 1993. Mají dvě děti a velmi blízký

vztah s královnou.

Před královskou svatbou hraběnka z Wessexu pracovala v oboru public relations, vedla například vlastní PR agenturu. V posledních letech se již plně věnuje královským povinnostem a podpoře mnoha charitativních projektů, včetně Mezinárodní ceny vévody z Edinburghu.

Mezinárodní cena vévody z Edinburghu (DofE) je prestižní program neformálního vzdělávání, který přivádí mladé lidi ve věku 14–24 let k rozmanitým volnočasovým aktivitám a vybavuje je cennými dovednostmi a zážitky. To vše ve 4 oblastech – rozvoji talentu, sportu, dobrovolnictví a dobrodružné expedici. Po úspěšném absolvování programu jsou oceněni prestižním certifikátem s mezinárodní platností.



Vybíraly jsme opravdu dlouho. Rozhodnutí nakonec padlo na brož z peříčkového achátu. Velikost a i kresba drobných hnědo - béžových peříček se nám zdála více než dobrou volbou. I anglická strana realizačního týmu DofE byla nadšena.

Vzápětí přišlo další velké překvapení. „Tak to je úspěch,“ gratulovala mi nadšeně do telefonu Kristýna.“ Vaše šperky se tak líbí, že jste pozvána i na slavnostní večeri s Její královskou Výsostí, která se koná v předvečer slavnostního udílení cen DofE.“



Moje nadšení nebralo konce. Bylo, ale třeba doladit pár detailů. Dress code předepisoval večerní róbu. Ta v mém šatníku opravdu nebyla. Vše jsem nakonec stihla pořídit. Představa, že jdu v černých lodičkách po pražské dlažbě a zámeckých schodech z Malostranské, byla tak děsivá, že jsem i s rizikem pokuty přesvědčila pana taxikáře, aby s vozem zajel přímo pod Pražský hrad k Lobkovickému paláci.

Ten večer jsem si neskutečně užila, bylo příjemné vidět Její Výsost v přirozené nenucené konverzaci s přítomnými. Bylo milé pozorovat její úsměv. Tu noc jsem ani moc nespala. Člověk si promítal zážitky z uplynulých hodin a myšlenky na tak výjimečný večer mi dlouho nedovolily usnout.

To, že měla Její Výsost naši brož připnutou během ceremoniálu na svém kostýmku, pro nás byla neskutečná radost. Fotografie z celého slavnostního ceremoniálu jsou dodnes umístěny na čestném místě v naší firmě a krásný pocit z ocenění naší práce dodnes v srdci nevyhasl.





Autorský šperk z peříčkového achátu
z dílny STEFANY

Brazílské acháty

Až na výjimky, nemají tak pestré barvy jako acháty z ostatních světových lokalit. Typické je pro ně střídání bílých a šedých nebo modrošedých proužků a ve středu často mají ametystové nebo křišťálové krystaly. Stářím jsou mnohem mladší (asi 130 miliónů let) než naše podkrkonošské ze spo permských melafyrů (přibližně 255 miliónů let). Brazílské bazalty nejsou tak postiženy pozdějšími tektonickými deformacemi a proto jsou jen málo popraskané a díky jejich menšímu geologickému stáří jsou poněkud méně kompaktní.

Geoda - odkud pochází

Geoda je dutina v hornině, která je obvykle po vnitřním obvodu vyplněna menšími či většími krystaly minerálů, směřujícími dovnitř. Dutina může být vyplněna krystaly křemene, zeolitů, apod.

Název tvaru je odvozen z řečtiny, v překladu znamená „zemní“. Základem ke tvorbě geod byly unikající plyny, které vytvořily v chladnoucích horninách bubliny, které byly posléze vyplněny minerálními roztoky. V některých případech čas, teplota, tlak a další veličiny byly v takové rovnováze, že docházelo ke tvorbě geod.

Geody s krystaly se vyskytují zejména ve vulkanických horninách jako jsou bazalty a tufy, ale také v uhličitánových sedimentech (vápence, dolomity). Vzácněji i v jiném prostředí.

Pokud jde o geody vulkanického původu, vznikají v důsledku toho, že horká láva obsahuje nemalý podíl vulkanických plynů. Tyto plyny způsobují vznik dutin, které jsou při tuhnutí lávy prostřednictvím hydrotermálních roztoků či podzemní vody částečně nebo zcela vyplňovány různými odrůdami křemene (ametyst, achát, chalcedon, opál) či jinými minerály.

Je třeba rozlišovat pojmy *geoda* a *drúza* – zatímco geoda vzniká vykrystalováním minerálů na stěnách dutiny, jako drúzu označujeme skupinu krystalů, narostlých na společném podkladě.

GEODA

vzniká vykrystalováním minerálů na stěnách dutiny

DRÚZA

skupina krystalů, narostlých na společném podkladě



Ezoterika

Achát podporuje funkci reprodukčních orgánů. To platí stejně jak pro ženy, tak i pro muže. Chrání a pomáhá ženám při porodu. Plátek řezaného achátu s krystalovou jeskyňkou poskytuje rostoucímu životu (v těhotenství) bezpečí a ochranu. Dodává důvěru a ulehčuje porod.

Text: Štěpánka Kurfírtová,
majitelka Šperky STEFANY®,

www.stefany-sperky.cz

Foto : Marcel Vaněk

Iva Brunclíková
archiv Šperky STEFANY®

hladká jako mimino



Léto si žádá lehká tílka bez rukávů a vzdušné sukně různých délek. Ale než takhle oblečené vyrazíme do města, často řešíme, zda náš porost v podpaží nebo na lýtkách není už nad normu. A pokud ano, existují dvě možnosti - rychle zaplout do koupelny a oholit, co je třeba (riskující pořezání) nebo si obléci něco, co naše chlupaté tajemství schová.

Za vším hledej Ameriku

Možná ne za vším, ale za tímto zvykem, který se velmi rychle uchytil i v Evropě, docela určitě. Na začátku 20. století nebylo odstraňování chloupků na nohou a v podpaží u žen běžnou praxí ani v Americe. Ve skutečnosti bylo ochlupení na těle dokonce považováno za požehnání a velmi vítanou součástí sexuální přitažlivosti. Byl to znak vyspělosti a zralosti.

Odstraňování chloupků v podpaží a na nohou se v Americe stalo začátkem 20. století novou praxí kvůli souběhu několika faktorů.

Jak to začalo?

Vše začalo efektivní reklamní kampaní v roce 1908, která začala šířit informace, že ochlupení v podpaží je urážlivé. Na tento start navázaly další kampaně ze tří odvětví -

- 1/ společnosti vyrábějící žiletky pro muže, která se po velkém úspěchu na trhu pro muže snažila rozšířit svůj trh také na ženy,
- 2/ oděvní módní průmysl, který začal vyrábět večerní šaty bez rukávů a stále kratší sukně,
- 3/ a velký rozmach lifestyleových časopisů pro ženy.

Muži se dříve holili v holičstvích a když byl v roce 1903 zaveden pro domácí použití jednorázový „holící strojek, zaznamenal nebývalý úspěch. Společnost Gillette prodala téměř obratem 90 000 sad žiletek. Ženský trh s produkty pro odstraňování chloupků ve Spojených státech dosud neexistoval a tak se začalo pracovat na tom, aby byl vytvořen.

Něco takového, jako odstraňování chloupků z podpaží a nohou bylo prakticky neslýchané. Byl to tak nový koncept, že bylo třeba vymyslet ten správný důvod. Společnosti musely přesvědčit ženy o výhodách odstraňování chloupků, a demonstrovat, jak jej praktikovat.

První holicí strojky pro ženy

První holicí strojek, stvořený a prodáváný speciálně pro ženy, přišel na trh v roce 1915. Jeho výrobcem nebyl nikdo jiný, než společnost Gillette. Od té doby až do třicátých let 20. století, desítky společností, zabývajících se odstraňováním chloupků, včetně Gillette, využívaly nastupující



změny v dámské módě jako ospravedlnění náhlé potřeby odstranit chloupky v podpaží a později ochlupení na nohou.

A tyto informace byly primárně a neustále distribuovány prostřednictvím nově vzniklých, populárních a vlivných ženských časopisů.

Vzestup a síla časopisů pro ženy

Delineator, poprvé publikovaný v roce 1873, byl prvním dámským časopisem. Brzy poté se objevilo pět dalších, zahrnujících to, co se stalo známým jako „Velká šestka“: Ladies 'Home Journal, Woman's Home Companion, Good Housekeeping, McCall's a Pictorial Review.

Vydavatel časopisu **Ladies Home Journal**, Cyrus Curtis, inzerentům řekl, že účelem časopisu je především poskytnout výrobcům způsob, jak prodávat své výrobky ženám. Bez ohledu na prospěch amerických žen. Cílem inzerentů bylo nejen plnit potřeby žen, ale také vytvořit potřeby nové. Reklamy na toaletní potřeby a kosmetické služby byly hned na druhém místě za reklamami na jídlo. Odhadované výdaje na reklamu mezi lety 1890 a 1914 vzrostly ze 190 milionů na 682 milionů dolarů.



Na takovém masivním rozmachu ženských magazínů mělo vliv jednak zdokonalení tiskových technologií, ale také rozmach železniční dopravy a poštovních služeb. Ten umožnil hromadnou distribuci těchto časopisů. Nejoblíbenější časopis pro ženy, Ladies 'Home Journal, měl do konce prvního roku 25 000 čtenářů. Díky velkému dosahu se tyto časopisy staly velice vlivnými.



Historie holení nohou

20. léta 20. století rozšířila hladký ideál podpaží také na nohy. Spodní linie se na sukních a šatech zvedaly od roku 1910 do roku 1927. Američanky zpočátku nosily tlusté punčochy tmavé barvy, které však během zkracování vyměnily za běžovou barvu, kterou simulovaly vzhled holých nohou, aniž by holé byly.

Zanedlouho poté se začaly objevovat reklamy, které se zmiňují o odstraňování chloupků na nohou. První reklama v Harper's Bazaar, která se zaměřovala především na nohy, se objevila v roce 1929. Reklamní kampaň proti chloupkům na nohou nebyla tak razantní jako kampaň proti chloupkům v podpaží, avšak pro autory článků pro časopisy a knihy o kráse to byl chytlavé téma, které rádi posílili.

Norma odstraňování chloupků na nohou u žen se stala velmi silnou ve 40. letech 20. století. A během několika měsíců se změnila z módy na zvyk. Pozdější průzkum v roce 1964 naznačil, že až 98% amerických žen ve věku 15–44 let si pravidelně holí nohy. To v českých zemích to v té době byla stále ještě spíš výjimka.

„Velká šestka“

Tak se říkalo šesti
nejvlivnějším ženským
časopisům přelomu
19 a 20. století v Americe.
Patřily mezi ně:

Delineator
Ladies 'Home Journal,
Woman's Home Companion,
Good Housekeeping,
McCall's
Pictorial Review.

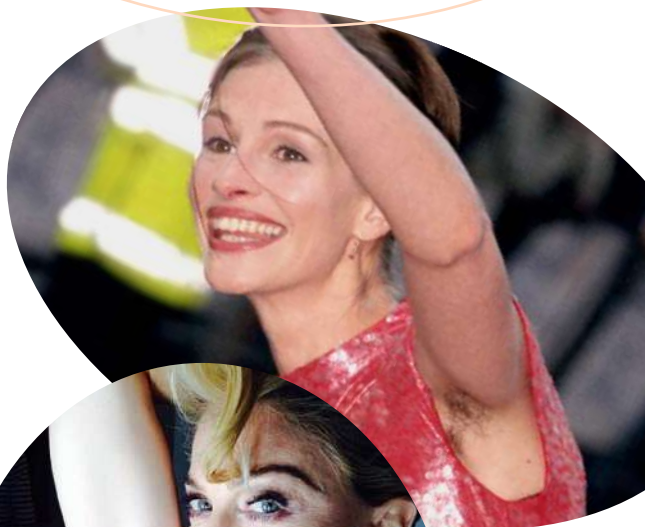
Cesta proti proudu

V dnešní době, více jak sto let od počátků těchto změn, je odstraňování chloupků na nohou a podpaží u žen ve vyspělých zemích takřka samozřejmostí. Pokus o odmítání holení těchto partií u žen prosazovala v sedmdesátých a osmdesátých letech různá feministická hnutí.

Od té doby se podobné hlasy občas ozývají a do kampaní proti diktátu holení se zapojují také celebrity.

Příkladem je třeba Julia Roberts, která na premiéře filmu Notting Hill v roce 1999 předvedla neoholené podpaží. Podobnou propagaci zkusila také Anne Robinson, moderátorka britské televizní show The Weakest Link nebo Madonna.

Ženy se začínají vracet k myšlence, že přirozené tělo je krásné, a ženy nemusí dodržovat diktát módního průmyslu. Žena, která neodstraňuje chloupky na těle, prý může být vnímána jako méně sexuálně přitažlivá, méně společenská a inteligentní, než stejná žena bez ochlupení. No to je zvláštní názor. Myslíte, že muži to vnímají stejně?



Jaký je váš názor na toto téma? Řekla byste, že je v pořádku podléhat diktátu módního a spotřebního průmyslu? Je podle vás v správné, jakým způsobem zasahuje do našich životů a jak reklamou ovlivňuje a mění názory lidí, jen z důvodu vyššího koeficientu prodejnosti?

Napište nám svůj názor a podělte se o něj s ostatními ženami.

MYSLÍM SI, ŽE...

A woman is standing on a sandy beach, looking out at the ocean. She is wearing a white wide-brimmed hat, a pearl necklace, and a sleeveless, form-fitting swimsuit with thin horizontal stripes. She is holding a white lace parasol over her head. The background shows the calm sea and a clear sky.

Báječné léto chce
i perfektní

PLAVKY

Jednodílné či bikiny, rozverné, elegantní, monochromatické či barevné, zeštíhlující, na opalování, sportovní, s kosticemi i bez... V létě je vyneseme každá a přesto se často stávají plavky zdrojem stresu a nákupu na poslední chvíli. Slibujeme vám, že pokud letos věnujete výběru plavek dostatečnou pečlivost a čas, budou naopak

patřit mezi oblíbené kousky vašeho šatníku. Správně zvolené plavky, stejně jako spodní prádlo, totiž dokáží pomoci stříhů, barev a vzorů skutečná kouzla s postavou. A abyste se mezi přehrší variant a modelů neztratila, zde máte malého průvodce od odborníků na spodní prádlo, plavky a ochranu stehen, [Caresse BraExpert](#).



Ilustrační fotografie: fotobanka

Zjistěte svoji správnou velikost

Zjistěte nejdříve vaši **opravdovou velikost spodního prádla**. Většina žen nosí příliš volný obvod a příliš malé košíčky a je to velká škoda, protože padnoucí prádlo dokáže neskutečně změnit vzhled celé postavy.

VeźmĚte si krejčovskĚ metr a obvod pod ěadry zmĚřte vodorovně, ve vĚdechu a velmi pevnĚ, a ěíslo si poznaěte. PotĚ zmĚřte obvod pĚs ěadra. Pokud mĚte menšĚí a pevnĚjšĚí poprsĚ, zmĚřte se bez podprsenky, a to v mĚstĚ nejvĚtšĚho obvodu. MĚte-li prsa vĚtšĚí, nebo uŹ zkrĚtka nejsou ŹplnĚ pevnĚ, mŹžete se zmĚřit i v hŹř padnouěí

podprsence, nebo bez nĚ v mĚrnĚm pĚdklonu. ObĚ ěĚsla zadejte do [kalkulĚtoru](#) našĚch strĚnkĚch a pĚipravte se na to, Źe vaše ěadra budou pravdĚpodobnĚ mnohem vĚtšĚí, neŹ jste si myslela. Obvod pĚrdla pod ěadry totiŹ musĚ bĚt o cca 5 - 10 cm mĚnĚ, neŹ je namĚřenĚ ěĚslo; podprsenka se musĚ zanořĚt do tkĚnĚ, aby skuteěnĚ prsa podpĚrĚla, a samozĚřejmě se kaŹdĚ pĚrdlovĚ mĚteriĚl rŹznĚ natahuje. I košĚčky vĚm nejspĚše vyjdou vĚtšĚí neŹ jste dosud nosila; košĚěek musĚ obejmout celĚ prsa, nepŹlit ho a neutlaěovat. U kosticovĚho pĚrdla vĚm nesmĚ kostice zasahovat do prsnĚí tkĚnĚ, pouze ěadro podpĚrat, a pĚlĚhat od hrudnĚí kostĚ aŹ k zaěĚtku podpaŹĚ. SamozĚřejmě

tím, že máme každá jiné proporce, šířku zad či jiné množství tuku, nám kalkulátor nedá sto procentní odpověď.

Pro úplně přesný výsledek doporučujeme přijít k nám na brafitting, kde se vás ujmeme a zjistíme, která podprsenka je ta dokonalá.

Pokud už znáte svou správnou velikost spodního prádla, u plavek se může ještě malinko ubrat. Různé tloušťky plavkoviny mají různou pružnost, která bývá zpravidla větší než u prádlových materiálů, a proto se může stát, že vám bude například sedět menší košíček, než máte u své podprsenky. Stejně tak se můžete krásně vejít do o číslo menších nevyztužených plavek, než je vaše konfekční velikost. Je velmi důležité nezkoušet plavky ve spěchu a správně do nich uložit ňadra. Pokud nevíte, jak na to, nechte si poradit přímo na prodejně, kde vás prodavačky velmi rády navedou.

S kosticemi či bez

Pokud máte ňadra zhruba do velikosti košíčků E, můžete v klidu sáhnout po plavkách bez kostic, pokud budou mít dobře provedený střih a udrží prsa tam, kde mají být. U většího poprsí už doporučujeme kostice, také pro pocit bezpečí, že vám při plavání prsa nevyklouznou. Jen opět prosím pečlivě vyzkoušejte velikost, aby vás kostice nijak netlačily, nedráždily a hlavně ňadra správně podpíraly.

Barvy a vzory

Zaměřte se na to, **do jakého odstínu se vaše pokožka opaluje**. Pokud hodně zčervenáte, vyhněte se růžovým, červeným a oranžovým odstínům, které by vás mohly ještě nechtěně dobarvit. Pokud se opalujete do kávové barvy budou vám velmi slušet světlé odstíny, olivová pleť vypadá nádherně s výraznými barvami. V poslední době jsou velmi oblíbené neonové barvy, bohužel mají tendenci rychleji blednout a neonové pigmenty mohou často pouštět; perte je proto raději odděleně. Pokud hledáte co nejvíce zeštíhlující barvu a sáhnete po černé, mějte

na paměti, že ne každému sluší. U jistých barevných typů působí spíše smutně. Oproti tomu barevné vzory mohou opticky více “rozrušit” postavu a dané části těla na sebe nebudou tolik strhávat pozornost. Nebojte se vzorů a klidně vyzkoušejte takový, po kterém byste běžně nesáhla, třeba bude vypadat na těle fantasticky! Letos jsou velmi oblíbené **vzory tropických květů a listů, abstraktní a geometrické vzory**, a vrací se i **vzory zvířecí**.



Jak se z plavek radovat co nejdéle?

Pokud už jste si dala s výběrem plavek takovou práci, určitě o ně pečujte, aby co nejdéle vydržely. Po každém plavání je **odmočte v čisté vodě**, při praní nepoužívejte aviváž či bělidlo, a nechce je **vyschnout ve vodorovné poloze**. Ideální je mít ještě jedny plavky na vystřídání, také kvůli tomu, že zejména vyztužené vršky budou déle schnout a mohly by vás nepříjemně studit. Ale ať už si letos vyberete jakýkoliv model, mějte z něj hlavně radost a užijte si v něm báječné léto! Nezapomeňte, že nejvíce svůj vzhled řešíme samy a třeba se tím i připravujeme o spoustu zážitků a pohody.

Jednodílné či dvoudílné?

Obecně se dámy s pár kily navíc, či třeba výraznějším břichem, domnívají, že je lepší se “schovat” do jednodílných plavek. My naopak doporučujeme vyzkoušet **bikiny s více vykrojenými kalhotkami**, které opticky protáhnou vaše nohy až do nebes. K tomu správně zvolený vršek, který hezky vytvaruje ňadra, oddělí je od břicha a vytvaruje tak štíhlejší pas.

Pro nesouměrnou postavu, například menší zadeček a výraznější hrudník, jsou skvělé **vysoké kalhotky**, které vytváří dojem přesýpacích hodin. Pokud máte naopak větší zadeček a nechce se vám ho moc ukazovat, porozhlédněte se po plavkách, které mají **spodní díl doplněný pruhem látky**, sloužícím jako “sukénka”. Nebo váš model doplňte pareem či přehozem, který krásně zjemní siluetu.



Pokud přesto toužíte po **jednodílných plavkách**, něco pro vás určitě najdeme. Štíhlé dámy či dámy, které nedávno ztratily váhu, ocení plavky doplněné rafinovaným řasením. Ty chytře přidají tam, kde trochu chybí. Naopak dámy s většími křivkami ocení plavky, které mají přední díl podšitý kompresním materiálem nebo jsou z něj vytvořeny celé a lehce postavu modelují a stahují.



Další variantou jsou **tankiny**, tedy dvoudílné plavky, u kterých je podprsenka nahrazena topem z plavkoviny. Zde si dejte pozor, kdy budete plavky používat. Vrchní díl má tendenci se vyhrnovat a nejsou tak moc vhodné na sportovní plavání.



DVOUDÍLNÉ PLAVKY

Dvoudílné plavky Finezja

Horní díl má vyztužené košíčky, bez push-upu. Výstřih s otvorem mezi prsy a s kovovým kroužkem uprostřed.

Cena: 1 017 Kč

www.amando.cz



www.manzara.cz

Bikiny RAYNEY černá

Dvoudílné plavky s elegantním vzorem. Vrchní díl dole zdobený jemnou černou krajkou. Cena: 699 Kč



BIKINY FERN černá

Dvoudílné plavky ve stylu krajkového prádla. Spodní díl s vysokým pasem. Vzadu originální dvojitě zapínání.

Cena: 749 Kč

www.manzara.cz

Dámské plavky s vysokým pasem Shyla

Dvoudílné plavky se zajímavě řešeným vrchním dílem. Vzorované kalhotky mají vysoký pas.

Cena: 809 Kč

rivio.cz



JEDNODÍLNÉ PLAVKY a plavkové šaty



Luxusní dámské jednodílné plavky s květinovým vzorem

Moderní kombinace jednobarevného živůtku a vzorovaného spodního dílu plavek.

Cena: 679 Kč

rivio.cz



Plavky Top Secret dámské SISI II jednodílné

Vrchní část plavek je nařasená pod prsy a stažená do ozdobných kovových spon. Vázání za krkem.

Cena: 1 079 Kč

www.damoda.cz



Koupací šaty

s integrovanými plavkami. S podšívkou na prsní partii a vyjímatelnými měkkými košíčky. Elastická podprsní guma.

Cena: 579 Kč

www.bonprix.cz

Plavkové šaty

Neviditelně integrované plavky. Žensky řasené poprsí s měkkými košíčky, zavinovacího vzhledu, s nastavitelnými ramínky. Pás pod prsy, přední podšívká. Široká sukně.

Cena: 1 599 Kč

www.ullapopken.cz



Dámské jednodílné plavky LARA-G, Gabbiano, v černé barvě

Plavky mají moderně řešený živůtek se šňůrkami a kovovými kroužky.

Cena: 1 139 Kč

www.amie.cz



PERSEIDY

NOCI SPLNĚNÝCH PŘÁNÍ



Říká se, že když vidíte padající hvězdu a něco si přejete, tak se to splní. Jestli je to pravda nebo ne, to nelze potvrdit, ale jisté je, že již od dětství nás pohled na něco takového přitahuje a nehledě na výsledek, vždycky si něco přejeme.

Co kdyby to přece jen vyšlo?

Jako děti jsme si možná myslely, že padající hvězdy jsou opravdu hvězdy, které se neudržely na obloze. Nakonec - ukazovaly nám to tak i v pohádkách. Dnes už víme, že realita je trochu jiná, ale část toho kouzelného pocitu z dětství v nás přesto zůstává, když máme to štěstí ji vidět.

S padající hvězdou se můžeme setkat po celý rok, chce to však trochu toho těstíčka a hodně trpělivosti. Jsou však pravidelná období, kdy se naše země setkává s tak zvanými meteorickými roji a potom je šance na nějaké to splněné přání mnohem větší.

Meteorický roj

Jedná se o astronomický jev, který vzniká, když Země při svém pohybu zkříží pás meteoroidů – fragmentů, kopírujících oběžné dráhy svých mateřských těles. Je tvořen meteory, zdánlivě vylétajícími z jednoho bodu na obloze. Jestliže mají meteoroidy stejné mateřské těleso, mají souběžné dráhy pohybu. Je to dáno tím, že když se kometa blíží ke Slunci, její ledové jádro se pomalu rozpadá a nechává za sebou pás prachových částic neboli **meteoroidů**. Tyto úlomky jsou těžší, než je prach v chvostu komety, a tudíž nejsou slunečním větrem rozfoukány do vesmíru. Místo toho se vytvoří pás úlomků obíhajících kolem Slunce po stejné dráze jako mateřská kometa.

Maximum roje trvá několik hodin až několik dní. V návaznosti na zvětšující se vzdálenost dráhy Země od dráhy komety klesá počet fragmentů, které se střetnou se zemskou atmosférou.

Částice se také časem vzdalují (rozptylují) od dráhy komety. Čím je roj starší, tím déle jej lze pozorovat, ale tím méně meteorů vidíme v maximu.



Meteoridy

Jedná se většinou o malá tělesa letící rychlostí několika desítek kilometrů za sekundu (asi 40 000 – 250 000 km/h), kterých denně protne ochrannou vrstvu atmosféry odhadem

na 200 milionů. Agresivní plyny v horních částech atmosféry způsobí jejich okamžité hoření, a ve zlomku sekundy se obvykle vypaří.

Jelikož mají meteoridy téměř rovnoběžné dráhy, při pohledu ze Země se zdá, že meteory jakoby vylétají z jediného bodu na obloze. Tento bod se nazývá radiant. Pro představu, proč je tomu tak, si vzpomeňte na koleje. Jsou rovnoběžné a přece se v dálce zdánlivě sbíhají v jednom bodě. Tohle je jenom jiný případ tohoto jevu zvaného perspektiva.

Meteor

Ve staročeštině také **povětroň** nebo **létavice**.

Jedná se o světelný jev, který nastane při průletu drobného kosmického tělíska (meteoroidu) zemskou atmosférou. Lidově se nazývá **padající hvězda** a bývá s ní spojena pověra, že kdo vidí padat hvězdu a něco si přitom přeje, přání se mu vyplní.

Meteorit

Některá tělesa průlet atmosférou přežijí. V nižších vrstvách atmosféry pak husté plyny prudce sníží jejich pádovou rychlost asi na 90 metrů za sekundu (320 km/h) a následně dopadnou na zemský povrch. Tomu, co z nich zůstane po dopadu na zem, se říká **meteorit**.



Perseidy - slzy svatého Vavřince

Tento meteorický roj je znám už od poloviny 3. století našeho letopočtu. Je dáván do souvislosti s umučením *svatého Vavřince*, který byl jedním z církevních hodnostářů strážících majetek v Římské říši. Při pronásledování Křesťanů prý neuposlechl příkaz krutého římského císaře Valeriána a odmítl odevzdat církevní majetek vládcí. Zvolil raději možnost rozdat jej chudým a potřebným. To se mu však vymstilo, neboť byl za tento čin krutě popraven.

Několik dní po jeho popravě (10. srpna 258) prý, podle očitých svědků, padaly z nočního nebe třpytivé slzy. Od této doby jsou Perseidy lidově známé jako „slzy svatého Vavřince“.

Že jde o astronomický úkaz, prokázal až italský astronom *Giovanni Schiaparelli* v druhé polovině 19. století. Jako první na světě našel přímou spojitost meteorů s kometami a dokonce určil, že původem Perseid je prach z periodické komety 109P Swift-Tuttle, objevené dvěma americkými astronomy v roce 1862. Kometa s periodou asi 134 let se naposledy u Slunce objevila v roce 1992. Znovu se k němu přiblíží až v roce 2126. Pravidelně nám ji ale připomíná roj Perseid tím, jak Země každý rok mezi 17. červencem a 24. srpnem prochází na své dráze v blízkosti prachového proudu rozptýleného za kometou. Prachové částice zvané meteoroidy padají k Zemi a v atmosféře zazáří jako meteory. Protože tyto částice mají rozměry zpravidla menší než zrnka písku a jsou složena z křehkého kometárního materiálu, při průletu zemskou atmosférou se zcela vypaří. Nejvíce jich padá v době, kdy se Země ocitá v nejhustší oblasti proudu meteoroidů, vždy okolo 12. srpna.

zdroj: astro.cz

Kde a jak pozorovat Perseidy

Meteorický roj Perseidy bude možné pozorovat relativně dlouhou dobu, ale na svém vrcholu bude v letošním roce přibližně od 9. do 13. srpna.

Úplné maximum zažijete pak v noci z **11. na 12. srpna**. Právě v tuto noc by mělo jít až 150 meteorů za hodinu! A to už je pěkná sprška.

Splněná přání

Pověra o splněném přání, když se objeví padající hvězda, je velmi stará.

V různých zemích má svoje zvláštnosti a rituály, které musí člověk vykonat, aby se přání opravdu splnilo. Mohou to být například zavřené oči nebo zvednutý kámen ze země, než vyslovíte přání. Pokud půjdeme hodně do historie, abychom zjistili, odkud tato pověra pochází, cesty nás zavedou až do antiky. V době řeckého astronoma Ptolemaia existovalo široce přijímané a poetické vysvětlení, že když zvědaví bohové nakouknou na Zemi, hvězda nebo dvě sklouznou dolů a stanou se padající hvězdou. Když je člověk zahlédl, věděl, že bohové se právě v tu chvíli dívají dolů, a proto byl vynikající čas, aby mohli vyslyšet lidská přání.

Pro pozorování si vyberte místo s co nejmenším světelným znečištěním. Když vyjedete z města do přírody, budete mít šanci jich vidět mnohem více. Budou také mnohem jasnější. Doporučujeme sbalit deku do batůžku, něco dobrého na zub a udělat si romantický večer.

[Mapa světelného znečištění](#)





Foto: foceniprokazdeho.cz



Foto: wikipedie

A white golf ball sits on a lush green golf course, positioned just to the left of a hole. The background is a soft-focus view of a golf course under a bright, hazy sky. The text 'Kam vyrazit na GOLF' is overlaid on the image in a white, handwritten-style font.

Kam vyrazit na GOLF

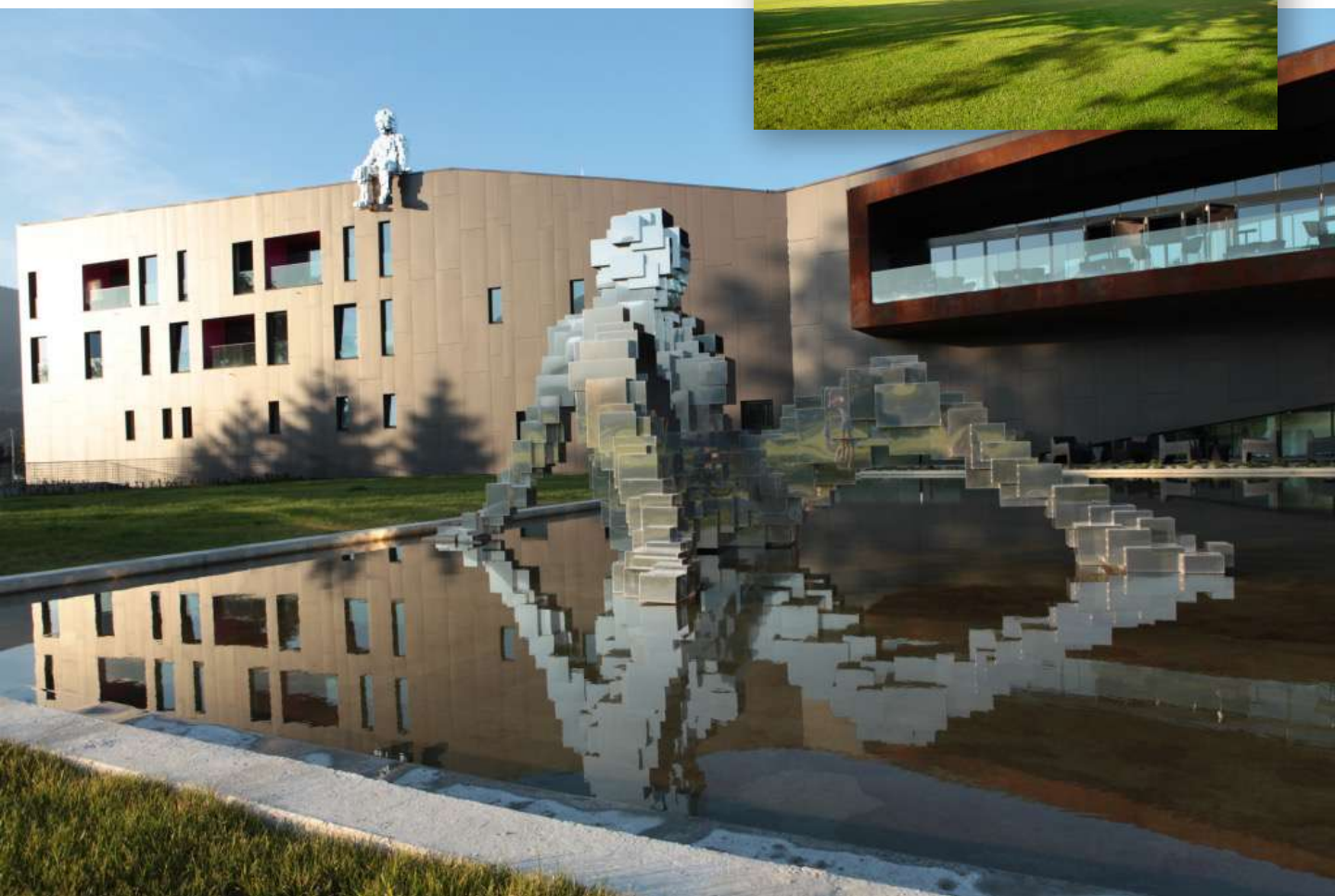
Jste unavené, bez energie, tělo už není, co bývalo, a nic vás nebaví? Objevte pro sebe svět nekonečných greenů, pohodových lidí a přirozeného pohybu. S golfem člověk může začít v jakémkoli věku.

Pokud se necítíte na silové sporty a chybí vám příroda, začít s golfem může být pro vás ta pravá volba. Neřešte, kolik vám je let, že nejste sportovní typ, a netrapte se tím, že jste na základce nepřeskočila ani kozu. Dle trenérek golfu se na ně poslední dobou stále více obracejí ženy ve středním věku a starší. Z golfu je dokonce může stát společné hobby s vaším partnerem, které zlepšuje vztah a také místo, kde si najdete i další spřízněné páry. A může to být také skvělá příležitost pro pracovní setkávání.

Golf prospěje vašemu zdraví a navíc vám může pomoci objevit vnitřní pohodu, ale i krásná a doposud nepoznaná místa. Portál [Amazing Places](#) doporučuje některá z nich. Věříme, že vás chytanou přímo za srdce. Na golf není nikdy pozdě.

Ze souhvězdí MIURA

Na počátku byla jen louka uprostřed malebných hor. Dnes tu přistála vesmírná loď ze souhvězdí MIURA, která sem přivezla na dovolenou pětičlennou rodinku krychloidů. Architektura celé budovy je drsná jako okolní hory, ale zároveň útulná tam, kde má být. Hlavním materiálem je beton, který doplňují plechy, dřevo, sklo.



Autorem celého konceptu je architektonické studio LABOR13, vedené Albertem Pražákem, Martinem Vomastkem a Jiřím Bardodějem. Celý objekt je rozdělen na tři části, z nichž jedna volně levituje nad terénem.

Celý hotel je doslova prošípovaný uměním, tak jako žádný jiný hotel na světě. Procházíte hotelem a potkáváte umění tam, kde byste to možná ani nečekali. Hotel má vyhlášenou restauraci, takže si rozhodně nenechte ujít speciality místního šéfkuchaře Michala Götha, který připravuje především delikatesy regionální beskydské kuchyně.



V blízkosti se nachází **golfové hřiště Čeladná**, které bylo slavnostně otevřeno v roce 2001 za účasti jednoho z nejlepších světových golfistů - španělského hráče M. A. Jiménez. Ten se také podílel na jeho návrzích i výstavbě, a je patronem hřiště.



Romantika Posázaví

Panorama Golf Resort se nachází jen kousek od Prahy, v nádherné přírodě Posázaví. Najdete zde nádherné, opakovaně oceněné 27 jamkové golfového hřiště, ale nabízí i další sportovní vyžití jako tenis, cyklistiku nebo vodní sporty.





S nezaměnitelnými pohledy na
golfové hřiště



Po dni plném zážitků můžete odpočinout u skvělého jídla v exkluzivním prostředí klubovny Panorama Restaurantu, která vyhrála cenu Stavba roku Středočeského kraje 2017. Zde uspokojí i ty nejnáročnější gurmány. Nabízí totiž pokrmy připravované z bio potravin, především Ekofarmy Kozojedy, a z dalších lokálních a regionálních zdrojů.





27 jamkové mistrovské hřiště (River, Forest & Meadows), nabízí hráčům všech úrovní nejen velkorysé tréninkové zázemí a profesionální služby, ale zároveň jedinečný zážitek panoramatického výhledu do okolní krajiny.



Golf mezi horami a jezerem Achensee

Na první pohled vypadá hotel Sonnenhof Genusshotel & Appartements jako každý jiný hotel. Služby, které však nabízí, jsou naprosto neuvěřitelné. Rodinná atmosféra s tyrolskou pohostinností je cítit na každém kroku. Hotel leží na dosah přírodního parku Karwendel, přímo nad jezerem Achensee.

Pro milovníky golfu se v blízkosti nachází osmnáctijamkové hřiště **Golf & Landclub Achensee**, které je jedním z nejstarších v Tyrolsku a druhým nejstarším hřištěm v Rakousku. Výhled na tyrkysové jezero a všudypřítomné vzrostlé stromoví s modřínou, borovicemi a buky propůjčují hře nezaměnitelný charakter.

Golfové dráhy se nacházejí na úpatí horského masívu Karwendel, na půvabných loukách s nádhernou alpskou flórou a stinnými jehličnatými lesy.



Kouzlu hřiště podlehne skutečně každý. Díky nadmořské výšce kolem 1000 metrů tu v létě nebyvají žádná velká vedra a často tu pofukuje osvěžující větřík.



Po zážitku ze hry je třeba zrelaxovat tělo. V Natur Spa v hotelu si dopřejte třeba saunu s vůní alpských bylin, příjemnou masáž nebo horké lázně. K tomu můžete přidat i velmi oblíbený čaj Sonnentor a spoustu sušeného ovoce. A aby byl pobyt dokonalý, chybí už jen jediné. Skvělé jídlo. Kuchyně pod taktovkou Michaela Hubera připravuje tradiční tyrolské speciality v podobě báječných čtyřchodových menu.



Ženy v golfu

Z celosvětového počtu 60 miliónů golfistů je žen - golfistek zhruba čtvrtina. V USA, kde je hráčů přes 25 miliónů, jsou ženy zastoupeny dokonce pouze 23%. V Evropě je to o něco více.

Za nevyrovnanou golfovou bilancí stojí především sociální příčiny. Golf byl dlouhé desítky let sportem elit a tyto elity tvořily až do 60. let 20. století jednoznačně muži. I golfový klub, jakožto forma britského klubu 19. století, byl především mužskou záležitostí. Golf, coby sport konzervativní, ženám jejich vstup do tohoto prostředí nikdy neulehčoval. Ostatně, aby sportovní klub nepovoloval ženám členství, to bylo už před půl stoletím téměř ve všech sportech nemyslitelné. Ale pro hrstku golfových klubů to platí dodnes.

Ženy jsou zapřažené v práci i doma, a pokud mají čas na to najít si ještě večer půl hodinku na běhání, rozhodně nemají čas, jít alespoň na dvě hodiny na golf. To vše se ještě komplikuje ve chvíli, kdy žena zůstává s dětmi po rozvodu sama. Což rozhodně není v dnešním světě ojedinělá situace. Oproti tomu muž, klidně i rozvedený, má na golf času dostatek. A pak je zde také finanční situace. Takže, když to shrneme, kolik žen živících sebe, děti a chodících do práce si golf vůbec může dopřát?

KDYŽ MAZLÍČCI TLOUSTNOU



Obezita a nadváha nejsou jen doménou nás lidí, ale stávají se také stále častěji se vyskytujícím problémem, který trápí každého třetího pejska. U koček je tento poměr ještě o něco vyšší. Jak ale nadváze předcházet a případně ji odstranit? Všechno to závisí pouze na nás páníčcích.

Proč se to děje?

Tím prvním a hlavním důvodem je určitě přejíždění. A hned na druhém místě je samozřejmě málo pohybu. To jsou primární a většinové příčiny obezity domácích mazlíčků. Jsou samozřejmě i výjimky, kdy je příčinou nějaké onemocnění, jako hormonální poruchy, snížená funkce štítné žlázy, nebo naopak nadměrná funkce nadledvinek, nadledvin, může to být i některými podávanými léky. Ale to je zhruba u 5% případů obézních psů a koček. Náchylnější k obezitě jsou také samozřejmě starší zvířata, která už se méně pohybují a větší predispozici mají i kastrovaná zvířata.

Kde je hranice?

Jestli je pes tlustý, nezáleží ani tak na váze, ale spíše na vrstvě tuku na žebrech, ve slabinách či na hřbetu. U psa s normální hmotností by měla být žebra dobře hmatatelná. Pokud se na tělo psa podíváme shora, mělo by být širší v části, kde má nohy, naopak hrudník a záda před zadními nohama by měla být užší. Žebra jsou snadno nahmatatelná, ale nevyčnívají zřetelně z pod kůže.

U koček nabírání hmotnosti hned tak neodhalíme. Opět platí, že u normální postavy nahmatáme žebra, kyčle a zřetelně vidíme linii pasu.



Právě kočky chované v domácím prostředí jsou k obezitě silně náchylné. Neloví, nechodí za potravou, mají to všechno pěkně přichystané v miskách. Jsou pohodlné a když je jim stále přidáváno, klidně to, a k radosti páníčka, sní a to potom váha narůstá velmi rychle.



U psů můžeme vytipovat rasy, které mají větší předpoklady k nadváze. A tak zde musíme být ještě obezřetnější:

*Kokršpaněl
Skotský teriér
Bígl
Knírač
Labradorský retrievr*



Návrat k normálu

Pokud už zvíře nadváhu nebo dokonce obezitu má, je třeba zahájit komplexní program hubnutí, při němž musí jít ruku v ruce zvýšená spotřeba energie se snížením příjmu kalorií. Ke snížení kalorického příjmu vedou dvě cesty - nadále používat původní krmivo ve sníženém množství, nebo zvolit speciální krmivo se sníženým kalorickým obsahem určené k hubnutí.

Lépe zasytit mazlíčka také můžeme **podáváním granulí ve vlhčené formě**. Krmivo tak nabude na objemu a zvíře dříve uspokojí pocit hladu. Zapojit se musí všichni členové domácnosti, pokud jde o příkrmování a podávání pamlsků. Zejména v případech, kdy se je zvíře snaží vyloudit. Pokud už není zbytlí, odeberte granule z odvážené denní dávky nebo sáhněte po nějaké zdravé alternativě pamlsků, např. kousku mrkve nebo cukety, plátku banánu.

Zvýšená spotřeba energie spolu se snížením příjmu kalorií je cestou k původní váze.

Průběh hubnutí

Hubnutí by mělo být postupné, trvající asi 3 až 4 měsíce. Správný průběh hubnutí je dobré sledovat na váze. Pohled může mást. Každý týden pejska nebo kočku zvažte. Úbytek na hmotnosti by měl být 1-2 % tělesné hmotnosti týdně. Pokud se hubnutí nedaří, ještě snižte krmnou dávku a pokud je to možné, přidejte ještě malinko na pohybu. Pokud se ani po dvou měsících hmotnost nijak nepohne, je na čase navštívit veterináře. Pejsek může mít již nějaký zdravotní problém, spojený s důsledky nadváhy.

Kočky se na rozdíl od psů vrací na normální váhu velmi špatně.

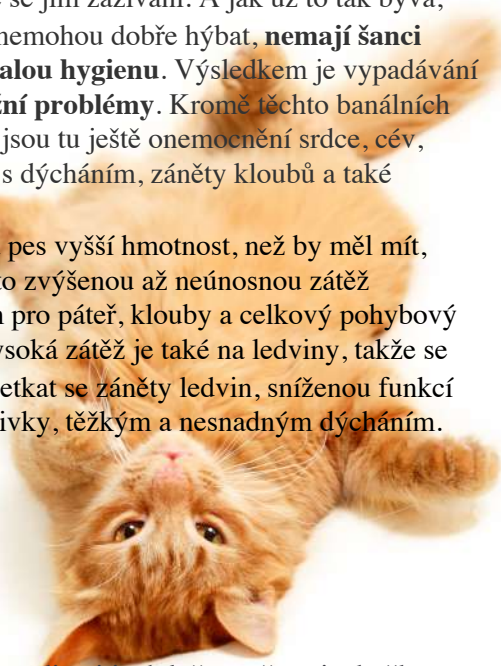
Zamezte kočce neustálý přístup k jídlu a **krmte ji v malých dávkách 3x denně**. Zvyšte její aktivitu nejen tím, že jí stravu naservírujete pokaždé někam jinam, ale zapojujte ji do pohybových her.

Nadváhu nepodceňujte

Obezita **není jen estetickou vadou**. Kočky jsou lenivější, tím pádem nepodporují činnost střev a zhoršuje se jim zažívání. A jak už to tak bývá, pokud se nemohou dobře hýbat, **nemají šanci na dokonalou hygienu**. Výsledkem je vypadávání srsti a **kožní problémy**. Kromě těchto banálních problémů jsou tu ještě onemocnění srdce, cév, problémy s dýcháním, záněty kloubů a také cukrovka.

Pokud má pes vyšší hmotnost, než by měl mít, znamená to zvýšenou až neúnosnou zátěž především pro páteř, klouby a celkový pohybový aparát. Vysoká zátěž je také na ledviny, takže se můžeme setkat se záněty ledvin, sníženou funkcí jater i slinivky, těžkým a nesnadným dýcháním.

Různými studiemi je doloženo, že psi a kočky, kteří byli krmeni méně a tudíž nebyli obézní, se dožívali v průměru vyššího věku. A to je určitě významný faktor, díky kterému můžeme být se svými mazlíčky déle.



CITRON



O tom, že citron patří mezi zásobárny vitamínu C není pochyb. I když není co do množství není zase takový přeborník, jak si mnohdy myslíme. Co však stojí za připomenutí je, že citron podporuje pocení a vylučování škodlivých látek z těla. Proto ho už tradičně přidáváme do čaje s medem, když nás přepadne nějaké to nachlazení nebo viróza. Bude nám vítaným pomocníkem hlavně v podzimním období.

Přes svou kyselou chuť působí v těle zásadotvorně a může tak paradoxně pomoci s překyselením žaludku a pálením žáhy. A díky jeho detoxikačním účinkům nám pomáhá i s dalšími neduhy. Pojdme se však tentokrát na citron podívat z trochu jiné stránky.

Většinou ho máme standardně ve svých zásobách a tak ho můžeme využít také jako praktického pomocníka v domácnosti. Získáme tak hloubkový a zcela přírodní čisticí prostředek.

Přidejte několik kapek citronové šťávy do vody a rozprašovačem aplikujte v místnosti. Vznikne zvlhčovač vzduchu s příjemným aroma.

Dejte na talířek do chladničky rozkrojenou půlku citronu jako pohlcovač pachů.

Při vaření rýže přidejte do vody lžičku citronové šťávy a rýže zůstane krásně sypká.

Citronem můžete dobře zlikvidovat různé skvrny - pro zvýšení účinku dužinu nebo šťávu smíchejte se solí.

Potřírejte rozkrojeným citronem usazeniny vodního kamene ve sprše či kolem vodovodní baterie. Nechte působit několik minut a následně opláchněte.

Citron můžete také využít k dezinfekci dřevěného kuchyňského prkénka. Potřírejte plochu rozkrojenou půlkou plodu a pro silnější efekt můžete ještě posypat solí.

Exkluzivní krasavec

Buddhova ruka (*Citrus medica*, var. *sarcodactylis*), tak se nazývá tato odrůda citronu, která na první pohled upoutá svým netradičním, možná až trochu magickým vzhledem.. Tato odrůda je velice aromatická a v zemích jako je Čína, Malajsie nebo Japonsko, je využívána k provonění pokojů či oblečení.

Na rozdíl od jiných citrusů buddhova ruka neobsahuje dužninu ani šťávu. A přesto, že je ceněna především pro svoji vůni a neobvyklý tvar má využití i v kuchyni. Používá se například v dezertech, pikantních jídlech a alkoholických nápojích. Servírována je například s vodkou. Také je kandována.



Buddhova ruka je v **buddhistických** chrámech uctívána jako oběť. Podle tradice **Buddha** preferuje tvar se sevřenými prsty, protože prý symbolizují buddhovo modlení. V **Číně** je považována za symbol štěstí a dlouhověkosti. Jedná se též o tradiční novoroční dárek

citronový likér LIMONCELLO

SUROVINY

1 kg bio citronů
600 ml alkoholu 80%
800 g krupicového cukru
800 ml vody

POSTUP

1. Citrony omyjte a poté z nich škrabkou na zeleninu oloupejte velmi tenkou žlutou část kůry. Hořká bílá část tam nepatří.
2. Kůru dejte do sklenice se širokým hrdlem a zalijte je 80% alkoholem. Sklenici uzavřete a obsah nechte macerovat na stinném místě minimálně 2 týdny. Každý druhý den promíchejte.
3. Poté připravte cukrový sirup. V rendlíku smíchejte cukr a vodu. Nechte rozpustit na středním ohni a poté přiveďte k varu.
4. Obsah macerátu s alkoholem přecedte do větší nádoby, přilijte vychladlý cukrový sirup a dobře promíchejte.
5. Hotový likér přelijte do lahví, uzavřete a nechte na stinném místě ještě týden odpočinout.



citronový krém LEMON CURD

SUROVINY

- 4 žloutky
- 70 g třtinového cukru
- 70 ml citronové šťávy
- 50 g másla
- kůra ze 2 bio citronů

POSTUP

1. Začněte přípravou strouhané citronové kůry. Citrony důkladně omyjte a kůru nastrouhejte na co nejjemnějším struhadle. Dbejte důsledně, abyste strouhala pouze žlutou část kůry, bílá vrstva je totiž hořká.
2. Dejte všechny suroviny do silnostěnného hrnce a ve vodní lázni za občasného míchání zahřívejte tak dlouho, dokud krém nezhoustne do konzistence husté kaše.
3. A je hotovo! Čerstvý krém můžete použít hned nebo ho uschovat uzavřený ve sterilizované sklenici v lednici. Vydrží v chladnu asi dva týdny.



citronová pěna

SUROVINY

- 4 žloutky
- 400 ml smetany ke šlehání (33%)
- 1 dl citronové šťávy
- 4 lžíce moučkového cukru
- jemně nastrouhanou kůru z poloviny citronu

POSTUP

1. Žloutky vyšlehejte s cukrem do pěny a směs přendejte do misky. Přimíchejte citronovou šťávu a kůru a ve vodní lázni šlehejte asi 8 minut do zhoustnutí.
2. Pak misku z parní lázně sejměte a šlehejte dál, dokud směs nevychladne. Šlehačku ušlehejte do tuha a vmíchejte ji opatrně do citronové směsi.
3. Servírujte do malých misek nebo sklenic a podávejte ozdobené nastrouhanou kůrou z limetky.

citronovo-mandlový koláč

SUROVINY

na korpus:

- 190 g hladké mouky
- 1/2 lžička soli
- 1 lžička prášku do pečiva
- 200 g krupicového cukru
- 2 lžíce nastrohané citronové kůry
- 180 ml mandlového mléka
- 2 lžičky mandlového extraktu
- 120 ml rostlinného oleje
- 2 vejce
- 1 lžička citrónové šťávy
- 1 lžička vanilkového extraktu

POSTUP

1. Troubu předehřejte na 175°C a pečicí formu vymažte máslem a vysypte moukou.
2. Ve velké míse smíchejte mouku, sůl a prášek do pečiva.
3. V malé míse rukama smíchejte cukr a citrónovou kůru. Prsty pořádně protírejte, aby se uvolnilo aroma. Vmíchejte do směsi mouky.
4. V kuchyňském robotu lehce ušlehejte vejce, přidejte mléko, olej, oba extrakty a citrónovou šťávu.
5. Pomalu přidávejte směs mouky a promíchejte, až se všechny suroviny spojí.
6. Těsto vylijte do připravené formy.
7. Pečte 55 - 60 minut do zlatova nebo dokud špejle zapíchnutá doprostřed bochníku není po vytažení suchá.
8. Před vyndáním z formy nechte 15 minut lehce vychladnout při pokojové teplotě.



citronový tart

SUROVINY

na korpus:

125 g másla
200 g hladké mouky
1 vejce
50 g moučkového cukru
2 balení vanilkového cukru
špetka soli

na náplň:

3 celá vejce
2 žloutky
200 g krupicového cukru
250 ml citronové šťávy
150 g másla

POSTUP

1. Ze všech surovin zpracujte těsto. Zabalte ho do fólie a dejte na hodinu do lednice.
2. Potom těsto rozválejte a dejte do máslem vymazané tartové nebo koláčové formy. Na těsto položte papír, nasypejte vrstvu luštěnin a pečte tzv. na slepo. Mělo by stačit 15 minut při 200°.
3. Potom odstraňte papír i luštěniny a dopečte ještě 2-3 minuty. Nechte vychladnout.
4. Připravte náplň. Do hrnce dejte vejce, žloutky a šťávu z citronů, a ohřívejte ve vodní lázni, dokud směs nezačne houstnout. Když má konzistenci pudingu, přecedte do misky a přimíchejte na kostičky nakrájené máslo.
5. Nechte pár minut odstát a nalijte na hotový korpus. Vložte ještě na 8 minut do trouby.
6. Nechte vychladnout na pokojovou teplotu a dejte na pár hodin ztuhnout do lednice.





UŽIJTE SI
POHODOVÉ
LÉTO



Další číslo vám
přineseme již
30. srpna 2021