

P R O S P E R I T A

Madam Business[®]

Pár slov pro tebe

Eva Brixi

Co mne bolí
 To tebe přebije
 Kamarád se pro mne i dnes
 Z lásky opije
 Kdy já jsem naposled
 Chodila do školy
 Ostuda v plátenkách
 Duši mou rozhodí
 Picasso nejsem
 Ani bohyně vlast
 V studentských hospůdkách zůstal jen
 Truchlivý chlast
 Dívat se na tebe
 Jak pod kapličkou stát
 A doufat
 Panenky Marie sny Slaměná slast
 Po životě prahnu
 Čím je ho v letech méně
 Něco mám ještě pro strýčka příhodu
 Ve vlastním věně
 A pro strach uděláno
 Koupím si totiž v e-shopu zas nové ráno

Taťana Bretyšová



Prevence pro radost ze života

str. 1, 10-12

rozhovor s MUDr. Taťanou Bretyšovou,
 specialistou řízené péče Oborové zdravotní pojišťovny



zepter
INTERNATIONAL
COSMETICS

Kosmetika Zepter je vyrobena na bázi výtažků z čerstvých rostlin s léčivými účinky, které se pěstují v čistém přirozeném prostředí Švýcarských Alp v souladu s pravidly ekologického zemědělství. Patří do skupiny FYTOKOSMETIKY.

**KUPON NA
SLEVOU 10 %**

Kupon lze uplatnit pouze
v naší reprezentační prodejně:

Spálená 55, Praha 1
 po – pá 9.00 – 17.00
 tel: + 420 221 990 803

Pečivo jako od babičky



Také máte rádi pekařské a cukrářské pochoutky, které se dříve připravovaly v každé domácnosti? Nemusíte oprašovat staré osvědčené recepty, válet těsto a roztápět elektrickou troubu. Výrobky prvotřídní kvality si můžete koupit ve Štefanově pekařství. O těžkých začátcích a bohaté současnosti firmy jsme hovořili s její zakladatelkou Danuškou Štefanovou.

Štefanovo pekařství je vyhlášené nejen na východě Čech, ale na jeho pečivu a cukrářských výrobcích si pochutnávají i v Praze. Začátky podnikání však nebývají snadné ani pro velmi úspěšné firmy. Zavzpomínáte, jaké to bylo u vás?

Začala jsem s podnikáním krátce po revoluci. Tehdy jsem chtěla proměnit můj sen a vášně ve skutečnost. Vždy jsem ráda a dobře pekla, jako moje babička. Tehdy jsem měla jasno, jaké výrobky budu produkovat – poctivé, voňavé, chutné, podle tradičních receptur. Celkem jasné bylo i odbytiště. Původně to měl být pouze region Svitavska a Ústeckoorlicka. Financování podnikatelského projektu se po několika jednáních u různých bank podařilo také zabezpečit. Největším problémem, jak se hned na počátku ukázalo, byl nedostatek kvalitních zaměstnanců, kteří by měli pekařskou práci rádi a bavila je. Určitě není nutné tuto problematiku dále rozvíjet. Každý, kdo řídí pracovní kolektiv, si dovede tyto starosti a problémy představit. Teď, když o tom tak přemýšlím, mohu potvrdit, že to nebyly vůbec lehké chvíle. Člověk musel zvládnout vše. Domnívám se, že v dnešní době si už lidé váží více dobré práce než před šestnácti lety. Tehdy jsme spolu s manželem byli neustále připraveni za někoho zaskakovat v práci apod. Na druhou stranu jsem ráda, že firma přežila těžké chvíle v počátcích i vpád supermarketů do Česka. Musím také podotknout, že v mojí firmě pracuje i několik zaměstnanců od založení společnosti nebo přišli do firmy v prvních letech podnikání. Také mě těší, že stále produkujeme téměř všechny výrobky, které byly uvedeny na trh jako první. Jsem rovněž ráda, že firma jednou bude předána do rukou mého syna, který se již aktivně několik let podílí na jejím řízení.



Danuška Štefanová

Znamená to, že jsem započala práci, v které bude někdo pokračovat, a to mě těší nejvíce.

Při pohledu na všudypřítomnou nabídku zboží z průmyslových, automatizovaných velkopekáren se vždycky ptám, zda se mohou vedle nich uživit i menší podniky. V čem spatřujete svou přednost, čím se můžete na trhu v takové konkurenci prosadit?

Tato otázka má dvě zřejmé roviny. Na jedné straně je kvalita a na druhé straně je cena. Jde o to, aby si malá firma našla takového zákazníka, který ocení výjimečnou kvalitu a bude za ni ochoten zaplatit přiměřenou cenu. Kvalita je u nás vždy prvořadá. Nikdy nepustíme na trh výrobek, o kterém nejsme přesvědčeni, že je dobrý a chutný. Pokud je výrobek příliš drahý a nelze ho prodat, raději ho nevyrobíme, než bychom přizpůsobovali cenu kvalitě. Určitě člověk nesmí podcenit roli logistiky a marketingových podmínek, které jsme schopni našim odběratelům nabídnout. Vždy, když jednáme s novým odběratelem, snažíme se maximálně vyhovět jeho potřebám tak, aby i on byl spokojený.

Jak ubývá hospodyněk, které na svátky napečou buchtu, koláče, mazance a vá-

nočky, zvyšuje se shánka po tradičním českém pečivu v obchodech. Do jaké míry tuto poptávku dokážete uspokojit? Čerpáte spíše z babiččinih receptů, nebo se více ve vašem sortimentu prosazují nové výrobky, chutě a suroviny?

V našem sortimentu je zahrnuto veškeré sváteční pečivo. Nechybí zde několik druhů vánoček, mazanců a pletenců včetně těsta s poctivým českým máslem. Dále vyrábíme vánoční a svatební cukroví, svatební koláčky a dorty pro každou příležitost. Domnívám se, že pokud nás někdo v dnešní době osloví, rádi mu naše výrobky dodáme. Co se týče inspirace a vývoje nových výrobků, je to určitě kombinace tradičních rodinných receptů spolu s využitím novinek, například surovin. Určitě se novým věcem nevyhýbáme, ale já osobně raději pracuji s tradičními recepty.

Dřív mival místní pekař i krámk, kde své čerstvé zboží prodával. Mělo to své výhody, ale tahle doba povětšinou už patří minulosti. Nicméně vy jste se rozhodli otevřít vlastní prodejny. Proč?

Osobně si nemyslím, že doba pekařských krámků patří minulosti. Pokud se poohléd-

► neme do sousedních zemí, stále více lidí si uvědomuje, že u pekaře, zelináře, řezníka, uzenáře nebo na selském trhu je kvalita určitě lepší než ve velkých obchodech. Pokud si zákazník koupí výrobek ve firemním obchodě a bude s ním spokojený, určitě se tam vrátí zpět, protože má jistotu, že ho tam dostane. Každý výrobce si váží svého odbytiště a firemní obchod je vlastně prostor, kde může nabízet všechny svoje báječné výrobky. Ve vlastním obchodě totiž vzniká přímá vazba s koncovým zákazníkem. Ta je velmi významná právě pro výrobce, aby mohl bez delších průtahů zjistit, jak jeho produkty chutnají, jaký výrobek mu v sortimentu chybí a třeba jaký ohlas má nový výrobek. V případě zapojení maloobchodníka do prodejního řetězce je už zpětná vazba velmi zkrácená a je třeba využít drahých marketingových nástrojů pro analýzu trhu.



Venkovské pekařství, které má vlastní prodejny v Hradci Králové a Praze a vystavuje i v této těžké době na potravinářském veletrhu ve Stuttgartu, musí věřit v sebe a budoucnost. Prozradíte své další plány?

Pokud bych nevěřila v sebe sama a v budoucnost, asi by firma už dávno neexistovala. V současné době je velkou morální podporou a známkou uznání možnost

účastnit se na veletrhu ve Stuttgartu v rámci hnutí Slow Food. Je to ocenění dosavadní práce, která je založena na stejných principech jako Slow Food, a to je vyrábět kvalitně, z jakostních surovin, aby výrobky chutnaly a voněly jako od našich babiček a maminek a byly přiměřeně oceněny koncovým zákazníkem. Co se týče plánů do budoucnosti, určitě bych byla ráda, kdyby firma rozšířila síť vlastních obchodů a částečně rozšířila provozovnu v Lukovce.

za odpovědi poděkoval Pavel Kačer

Štefanovo pekařství
Luková 26
561 23 Damníkova
tel.: 465 394 026
www.stefanovopecarstvi.cz

Kvalitní a trendová, u nás od roku 2004

Německá módní značka s.Oliver má letos důvod k oslavě! Vznikla totiž v roce 1969, tedy přesně před 40 lety. Dnes jde o významnou společnost s mezinárodní působností, která vytváří aktuální, designér-

sky nápaditou a cenově dostupnou módu. Nová kolekce je jako vždy kvalitní, trendová i kombinovatelná a orientuje se především na casual módu a relax styl. A jako vždy se drží klíčového mota značky:

SKUTEČNÁ MÓDA PRO SKUTEČNÉ LIDI. Na českém trhu je značka zastoupena od roku 2004 a zaměřuje se především na tyto řady:

Casual (ženy, muži)

Hlavní kolekce pojímá nově retrostyl 70. let, africké a indické etno, americké pruhy a hvězdy... Návrháři netradičně kombinují barvy a vzory na modelech, které se hodí nejen na víkendové výlety a cesty, ale i na veškeré neformální příležitosti. Nejvýznamnější roli z barevné škály hraje

bílá, k ní se přidružují korálová, burgundská, modrá, zelená a žlutá. Také černá a odstíny barvy země jsou všude přítomné. Oblíbené přírodní materiály doplňují nové hi-tech nylonové novinky.

QS by s.Oliver (ženy, muži)

Mladistvá kolekce se zaměřuje především na zákazníky mezi 25 a 35 lety. Modely mají odvážnější barvy a střihy, inspirované se hip hop i military stylem, umožňují sexy styling. Nabízejí ležérní a efektní outfity do města i pro volný čas.

Accessories (ženy, muži)

Sezonní kolekce pokaždé obohacují sladěné doplňky, především kabelky, pásky a textilní doplňky (šálky a šátky).

Beachwear (ženy)

Plážové oblečení se nabízí především v oblíbené směsi polyamidu s elastanem, ve škále odstínů nechybí neutrální (černá, bílá, šedá), přírodní (barvy kamele, hnědá, žlutá nebo oranžová), ani „aqua“ tóny mořské hladiny. Plážové oblečení zdobí četné tisky a také detaily (paspulky, háčkované vsadky...). Kolekci tvoří nejen samotné plavky, ale i tuniky a parea.



(tz)



Z deště a emailu

Já nevím jak kdo, ale já mám ubrečené, pošmolurné dny ráda. Dobře se koncentruji na práci, vydržím u počítače i telefonu, nevdám mi přemísťovat se na schůzky, na tiskové konference, vykonat jakoukoli služební cestu. Ba se mi v takovém počasí, které nás provázelo celý letošní březen, dobře plánuje a vymýšlí. Netáhne mne to ven, na zahradu a do parku, ani nemám pokušení myslet na prohřáté pláže a jemně se vzdouvající moře, ani na našlapování v mechu ztichlým lesem v houbařské sezoně. Zrátka – ušmudlané počasí má něco do sebe. Podporuje pracovitost, i když si u toho občas zívnu.

Už vidím, jak mi spíláte do člověka, který nemá rozum. Komu by se líbilo zatažené nebe, z něhož chvíli co chvíli crčí proudy studených kapek za krk? Kdo by nadšeně ve vichru zápasil s deštníkem, když mu v kufříku zvoní neodbytně mobil, když ví, že už měl být dávno na jednání, když se cestou nestoupe musí vyhybat kalužím a připomínat si, že by měl vstoupit a vypadat jako ze škatulky?

Uznávám, máte pravdu, čeho je moc, toho je příliš. Letošní začátek jara byl usmrkaný, plačtivý, depresivní, studený a neinspirativní. Hartusili jsme na něj, pomlouvali přírodu a přestali věřit výzkumům o oteplování planety Země. Ke globální krizi se přidalo ještě špatné počasí. Bylo toho na nás asi opravdu dost.

Proč ten minulý čas? Špatná nálada že by již byla ta tam? Na tváři nás polechtaly paprsky sluníčka? Jistě, máme co dohánět, energii potřebujeme snad více než kdy jindy. Mně ji ale nedodaly zlaté paprsky, nýbrž jedna věta jistěho a dobře miněného emailového sdělení: zodpovědně bojov a nepropadej obranářské taktice:-). Co dneska vymyslíš a ukonáš, má zítra dvojnásobnou hodnotu.

vaše Eva Brixi

Whirlpool zase vítězem



Společnost Whirlpool CR obhájila první místo v kategorii PRAČKA, MYČKA, SUŠIČKA v evropské anketě DOBRÁ ZNAČKA roku 2009. Prvenství v této kategorii získala společnost letos již počtvrté v řadě. Cenu si od zástupců společnosti Reader's Digest Výběr přebrala 19. března v prostorách Malostranského paláce v Praze PR manažerka Whirlpool CR Eva Gruberová.

„Jsem velmi ráda, že jsme opět dokázali oblibu značky Whirlpool, a velmi si cením podpory našich zákazníků,“ komentovala úspěch.

Průzkum DOBRÁ ZNAČKA proběhl v České republice na podzim roku 2008. Čtenářům časopisu Reader's Digest Výběr starších 18 let bylo rozesláno na 13 500 dotazníků. Svou oblíbenou značku si spotřebitelé vybírali dle obecného povědomí, důvěryhodnosti, samozřejmě i podle funkčních vlastností spotřebičů, servisu, vzhledu i ceny.

Průzkum European Trusted Brands (Dobrá značka), který se provádí každoročně již od roku 2001, je jedním z největších a nejširších evropských spotřebitelských průzkumů. Jeho cílem je zjistit, kterým značkám evropské spotřebitelé důvěřují nejvíce a jakým způsobem je vnímají. Respondenti jsou čtenáři časopisu Reader's Digest z více než 4 milionů evropských domácností vybraní tak, aby co nejvíce reprezentovali širokou demografickou populaci. Je hodnocena široká škála kategorií produktů od platebních karet, přes vitaminové produkty až po internetové servery.

(tz)

Prosperita Madam Business

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 3, duben 2009

Vydává RIX, s. r. o., Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9, pod vedením PhDr. Evy Brixi-Šimkové

e-mail: brixix@prosperita.info, mobil: 602 618 008

obchodní ředitel Martin Šimek, mobil: 606 615 609

design: Věra Vinterová a Karel Švihel

zlom: Karel Švihel, korektury: Mgr. Pavla Rožničková

tisk: Moravská typografie, distribuce: 5P Agency, www.madambusiness.cz

Placené textové materiály jsou označené grafickým symbolem

Co děláte, když zjistíte, že víc spěchat už není v lidských silách?



► Irena Zatloukalová
specialista externí komunikace
Československá obchodní banka, a. s.

Když už nejde víc spěchat, je nejlepší se někdy alespoň na chvíli zastavit. Na minutku vypnout a zhluboka se nadechnout. Pak až kapku s odpočatou hlavou se opět pustit do práce. Neustále zrychlovat se nevyplácí. To pak člověk může ve spěchu přehlédnout či zapomenout na něco podstatného. Je hodně důležité, najít si něco, na co se člověk může těšit. Zjištění, že už toho více člověk udělat opravdu nemůže, je velmi frustrující a je potřeba je nějak kompenzovat. Při představě příjemně strávené hodinky v tělocvičně, venku na procházce či s dobrou knížkou, se rozhodně i náročné a stresující situace zvládají s větším klidem a pohodou.

Co oceňujete na podnikatelkách a manažerkách?



► Jan Novotný
ředitel produktů
pro mikro a malé podniky,
GE Money Bank

Velmi si těchto žen vážím, protože musejí zvládnout dohromady rodinu s businesssem. Vyžaduje to od nich obrovskou sílu. Vidím to nejlépe doma na své manželce s malým dítětem. Bohužel podnikání stále zůstává spíš mužskou záležitostí a žen v něm najdte pomálu. Rádi bychom tuto situaci změnil. V GE Money jsme proto na mezinárodní úrovni připravili program s názvem Banking On Women, kterým chceme ženy v podnikání podpořit. Začal už vloni a má dvě úrovně: jednak se jedná o filantropické aktivity ve spolupráci s organizací FINCA a jednak o lokální programy finančního vzdělávání a podpory žen podnikatelek.

Informace do kabelky

Vypuštění rodného čísla z OP

Česká leasingová a finanční asociace bezvýhradně podporuje zachování rodného čísla jako jednoznačného a nezbytného identifikátoru v oblasti soukromoprávních vztahů. Reaguje tím na vládní návrh změnového zákona o veřejných registrech (sněmovní tisk č. 714), který by mimo jiné vypustil rodné číslo a adresu trvalého pobytu z údajů zapisovaných do občanského průkazu – viz zákon č. 328/99 Sb. O občanských průkazech. ČLFA upozornila na dalekosáhlé důsledky navržené redukce, která by znemožnila jednoznačnou identifikaci účastníků soukromoprávních transakcí a potažmo tím snížila jejich ochranu i následnou vymahatelnost práva. „Toto opatření by prakticky znemožnilo, kromě jiného, jednoznačnou identifikaci stran v obchodních stycích a v jiných soukromoprávních vztazích,“ řekla Andrea Zatloukalová, předsedkyně Výboru pro financování spotřebitelů ČLFA. „Identifikace fyzických osob prostřednictvím údajů, které mají být ponechány v občanském průkazu, tedy prakticky prostřednictvím pouhého jména a příjmení, není v našich podmínkách dostatečná. Pouze jednoznačný identifikátor fyzických osob přístupný účastníkům soukromoprávních vztahů zajistí jejich plynulý a bezpečný průběh. Podle ČLFA je nutné užívat jednoznačný identifikátor, který se trvale váže k jediné osobě. Pouhé číslo občanského průkazu tuto podmínku nesplňuje.“

(tz)

s Hanou Amrouche

Tři francouzská jablíčka

V nenápadné vile pod Strahovem vyrostla útulná mateřská školka, kam už tři měsíce vodí maminky a tatínkové své děti. Když vstoupíte dovnitř, pozdraví vás slovy „Bon jour!“. Školka se jmenuje Trois petites pommes, což znamená nejen tři malá jablíčka, ale i hrát si, zpívat, tancovat, malovat, jezdit na plavání a přitom se učit francouzsky v intimním rodinném prostředí. Povíдали jsme si o tom s ředitelkou Hanou Amrouche.



Hana Amrouche



Jak to vlastně začalo?

Mít vlastní francouzskou školku byl můj celoživotní sen, který se mi však nesplnil, ale splnil se mé dceři. A protože potřebuje mou pomoc, šly jsme do toho společně. Obě ovládáme francouzštinu. Ona je rodilý mluvčí, narodila se v Alžírsku, já pocházím ze smíšeného manželství. Celý život jsem pracovala v mateřských školách v zahraničí i tady v České republice.

Proč to dříve nešlo a povedlo se až teď?

Dlouho jsme obě cestovaly. Alžírsko nebylo tou zemí, kde bych chtěla zakládat nějakou školku. Až tady jsme daly dohromady tým, který rád a dobře pracuje. Chtěla bych za to všem poděkovat.

Kdo tvoří vaši klientelu?

Máme tu děti z francouzských a smíšených manželství, ale i děti českých rodičů. Všichni mají zájem o výuku francouzštiny.

Věděli jste, že o frankofonní předškolní zařízení bude v Praze zájem?

Ve francouzské školce jsme už dříve pracovaly a dobře věděly, že o školku bude zájem. Také jsme si dobře zvolily místo – Prahu 5, kde všichni Francouzi sídlí. V tomto pražském obvodu se nachází i francouzské lyceum, kam chodí mnoho předškolních dětí a školáků z francouzských rodin. Samozřejmě nemůžeme konkurovat lyceu a ani nechceme. Naše školka je malá, rodinného typu. Mnozí Francouzi preferují právě takové zařízení pro děti od tří let. Rozdíl spočívá například v tom, že francouzské lyceum má ve třídě 25 dětí, u nás najdete malé skupinky maximálně osmi dětí.

Můžete se jim tedy individuálně věnovat?

Ano, my ty děti perfektně známe, vždyť s nimi strávíme až deset hodin denně. Každý den máme pro ně přichystanou jinou aktivitu.



Týká se to všech věkových kategorií, které máme rozlišeny podle jablíček – zelené pro nejmenší, žluté pro děti středního věku a červené pro předškoláky. Výuka francouzštiny u nás probíhá hrou, tancem, zpěvem. Každá učitelka má svou třídu a k ní se navazují externisté. V pondělí děti vozíme na plavání, v úterý je výuka hudby a hudebních nástrojů, středa je věnována modernímu tanci, pátek patří výtvarné výchově. Jednou za měsíc věnujeme dětem i víkend spojený s výletem a obědem v restauraci s dětskou diskotékou.

S penězi není problém?

Problém není, školka žije z toho, co dostane od rodičů. Sponzorský nám pomáhá ředitel firmy Otec s.r.o., pan Robert Nechyba, který nám půjčuje autobus k cestám na plavání a kdykoli a kamkoli si vzpomene jet. Ráda bych poděkovala i panu Vladimíru Pulchartovi, který se stará o věci spojené s ekonomikou.

Jaké máte poznatky po třech měsících, co školka funguje?

Rodiče jsou hodně spokojeni. Programovou nabídku měníme každý měsíc. Pro ty, kteří o nás ještě moc nevědí, doporučuji navštívit naše internetové stránky www.3pommes.cz. Třídy máme obsazeny z více než dvou třetin, ale v každé ještě zbývají volná místa. Máme už poptávku maminek, zda otevřeme oddělení jesliček. V září od nového školního roku 2009/2010 to skutečně uděláme, otevřeme oddělení pro děti od 18 měsíců do tří let.

A máte v plánu ještě něco dalšího?

Nejdřív posoudíme, jak nám bude školka fungovat od jesliček až po předškoláky. Pak budeme uvažovat o dalších projektech. Pro sebe i pro celý náš tým si přežeme hodně nových dětí do naší školky a všem hodně zdraví.

připravil Pavel Kačer



Můj manažerský plán

je jednoduchý...

Doc. PaedDr. Radka Wildová, CSc. je od 1. března 2009 děkankou Pedagogické fakulty Univerzity Karlovy v Praze. Je jedinou ženou proslulé instituce v této pozici. Všichni ostatní jsou muži – děkané. Upřímně to obdivuji. K tomu je totiž matkou dvou dětí, osobností v řadě funkcí, i tou, která si dokáže zorganizovat čas tak, aby stihla akupunkturu, vybrat si pěkné šaty v butiku, anebo v květinářství něco málo pro radost z jara na vážný děkanský stůl. Rozhovor s ní byl veden nejen otázkami k rozvoji školství u nás, ale také obavou o vzdělanost národa, o premisu, která k nám, Čechům, vždy patřila...



Doc. PaedDr. Radka Wildová, CSc.

Je to pár týdnů od okamžiku, kdy jste stanula v čele Pedagogické fakulty Univerzity Karlovy. S trochou cynizmu bych si dovolila tvrdit, že to dnes může udělat jen dobrodruh... Co vás k tomu vedlo a proč jste na sebe takové břímě vzala?
Ne že by o adrenalinové zážitky již v prvních týdnech ve funkci byla nouze, ale z touhy po

dobrodružství to rozhodně nebylo. Myslím, že ani nejsem dobrodružná povaha. Důvody jsou jiné. Na fakultě působím již více než 15 let a jsem s ní identifikovaná. Ve sportu by se mohlo říci, že jsem ve vztahu k fakultě srdcař. Její působení v oblasti vzdělávání učitelů, vychovatelů a dalších pedagogických pracovníků a v oblasti vědeckovýzkumné práce

Ženy mají k procesu vzdělávání svých dětí daleko intenzivnější vztah a také jsou schopny vidět a oceňovat vyšší životní hodnoty.

na poli výchovy, vzdělávání a vývoje školství považují za velmi významné a nezastupitelné. Tomuto poslání jsem se snažila pomáhat jako proděkanka pro studijní záležitosti a tomuto poslání fakulty bych chtěla dle svých možností přispět i z pozice děkanky. Přijmout kandidaturu jsem se rozhodla ve zjitřené atmosféře vyvolané napjatou ekonomickou situací fakulty, neboť jsem k tomu byla přesvědčována mnoha zaměstnanci i studenty fakulty. Navržena jsem byla 207 členy akademické obce a v tajném hlasování akademického senátu potom získala 21 platných hlasů z 22 možných. Takto silný mandát, který na fakultě zatím nezískal žádný z děkanů, je pro mě jistě velkou podporou, ale také mě zavazuje, abych ono vámi zmiňované břímě na sebe nejen vzala, ale také nesla správným směrem.

Reforma školství, potřeba přiblížení škol praxi, složitost světa v globální krizi – to vše jsou vlastně otázky, na které se zatím těžko hledají odpovědi. Přesto se zeptám, co považujete za nejdůležitější pro vzdělanost národa?

Za nejdůležitější považuji samu vzdělanost národa a její význam pro jeho budoucnost. Pouze vzdělaný člověk může uspět v proměnách současného světa, získat výhodu na trhu práce či prosadit se před konkurencí. Pouze vzdělaný národ může dlouhodobě prosperovat, překonávat krizová období bez cizí pomoci, získat si prestiž, ale také si udržet identitu. Na tom se jistě shodnou mnozí. Různé názory však mohou být na charakter onoho vzdělání. Nemyslím si, že by se mělo rehabilitovat akademické pojetí vzdělání akcentující pouze kontinuitu

► hodnot kultury a také si nemyslím, že tou jedinou správnou cestou je nyní vzdělání polytechnické orientované potřebami trhu práce a ekonomickou realitou. Z obou pojetí je třeba čerpat a propojovat je se soudobým široce chápaným kompetenčním pojetím vzdělání. Nesmíme prostě zanedbat klasické či humanitní vzdělání, nesmíme zanedbat ani polytechnické vzdělání a musíme rozvíjet kompetence přinášející do vzdělání dynamiku a způsobilost jednat a úspěšně vykonávat činnosti v různých situacích. Vzdělanost národa je pro mě alfa a omega jeho kulturního, sociálního a ekonomického pokroku a prosperity a jako taková komodita potřebuje od společnosti též dostatek finančních prostředků, přestože je k nezaplacení. Prostředky adekvátní svému významu však nemá. Vždyť Česká republika vynakládá na vzdělávání jednoho žáka či studenta dle stupně škol 40–60 % průměrných výdajů zemí OECD.

Nebude-li vzdělaných lidí, těžko se dá v budoucnosti dobře podnikat. Značné know-how bude spočívat v předvídatosti, v odhadování trendů, požadavků lidstva.

Asi bude jedno, zda budou lidé potřebovat antikoncepci nebo pomeranče, nanovláknina či rekreaci ve vesmíru. Na co by se podle vás měla soustředit příprava budoucích učitelů?

Především si nemohu připustit, že by nebylo vzdělaných lidí. Žádná vyspělá společnost přece nemůže být tak krátkozraká, že by ohrozila vzdělanost národa jako celku nebo vzdělání jeho elit. Zproblematizovat se to však dá. To vidíme i na našem příkladu. V posledním mezinárodním srovnání vědomostí žáků z 56 zemí PISA jsme dosáhli horších výsledků oproti minulému období v matematice, přírodních vědách i ve čtenářské gramotnosti. V terciérním vzdělávání registrujeme kvantitativní rozvoj takového rozsahu, že prostě musí vést navíc při nestoupajících státních příspěvcích ke snížení kvality a také prestiže vysokoškolského vzdělání, které tak nabývá inflačního charakteru. Vždyť v dané věkové skupině je nyní vysokoškoláků již kolem 40 %, a to především v magisterských studijních programech. Ale nyní k podstatě vaší otázky. Příprava budoucích učitelů musí především odpovídat potřebám školské praxe, která opět reflektuje procesem své transformace proměny soudobé společnosti označované někdy jako postindustriální, jindy jako informační, znalostní, nebo je dokonce v paralele k societě označována jako webciety. Soubor základních požadavků na přípravu učitelů bude kodifikován ve Standardu učitelství, který se již dokončuje a který bude pro všechny příslušné instituce oním vodítkem, kam by se měla soustřeďovat příprava učitelů. Absolvent studia učitelství by obecně měl být vybaven řadou profesních i osobnostních kompetencí, jako jsou kompetence



psychodidaktické, odborné předmětové, diagnostické, komunikativní, organizační i seberefektivní. Na poměr a hloubku těchto kompetencí mohou být různé názory. Já jsem přesvědčena, že příprava učitele musí být především vyvážená. Nemůže v ní dominovat pouze hledisko pedagogicko psychologické nad ostatními složkami přípravy. Na druhé straně předmětová odbornost bez dostatečné pedagogicko psychologické přípravy a bez široce provázané přípravy didaktické nemůže představovat dodatečnou učitelskou přípravu. V této souvislosti chci zdůraznit, že všechny složky přípravy by měly postupovat celým magisterským učitelským studiem. Tím v podstatě chci vyjádřit též svůj naprostý nesouhlas s pokusy devalvovat status učitele též ustoupením z mnoho desetiletí samozřejmého profesního požadavku, že učitel prostě musí mít magisterské vysokoškolské vzdělání. Chci tím ale vyjádřit též svůj nesouhlas s direktivně zavedeným dvoustupňovým modelem studia, tj. tříleté bakalářské studium neučitelského typu a návažné dvouleté magisterské studium v přípravě učitelů. Tento model neumožňuje onu provázanost hlavních složek přípravy učitele po celou dobu jeho studia a nepřináší do přípravy učitelů vyšší kvalitu, ale naopak.

České školství potřebuje peníze, které nejsou, ale také odvahu ke své renesanci. Vy ji máte.

S čím jste po nástupu do funkce začala?

Ano, české školství potřebuje peníze. Již jsem se zmiňovala o podfinancování školství proti průměru zemí OECD. Budu-li se držet terciérního vzdělávání, potom zde registrujeme v přepočtu na studenta asi dvakrát nižší

Pouze vzdělaný člověk může uspět v proměnách současného světa, získat výhodu na trhu práce či prosadit se před konkurencí.

objem financí než v řadě sousedních zemí a více než třikrát méně než v USA. Přesto nechci tvrdit, že terciérní vzdělávání je jako celek stejnou měrou podfinancované. Nejvíce podfinancované jsou humanitní obory a mezi nimi jednoznačně obory připravující učitele. V situaci přetrvávajícího podfinancování naší fakulty, kdy státní příspěvek je výrazně nižší, než činí pouze osobní náklady zaměstnanců při jejich minimálních mzdách dle vnitřního mzdového předpisu UK v Praze, byla mojí hlavní prioritou ekonomická stabilizace fakulty. Vytkla jsem si za cíl, aby se ekonomická situace fakulty co nejdříve již nepromítala negativně do jejích hlavních činností. V tomto směru jsem usilovala o nastartování aktivit nejen v rámci fakulty a univerzity, ale též i ve vztahu ke zlepšení financování vysokých škol obecně a humanitních oborů zvláště. Můj manažerský plán v oblasti ekonomiky je jednoduchý. Spočívá ve snížení nákladů a zvýšení příjmů. Provozní náklady již ale snižovat více nešlo, takže se pozornost soustředila na snížení osobních nákladů na základě snížení počtu zaměstnanců aplikací výsledků vícekriteriálního hodnocení pracovišť. Zvýšení příjmů může fakulta realizovat prakticky pouze v oblasti vlastních výkonů, zde zvláště v oblasti placených studií, a v oblasti doplňkové činnosti.

Je velice problematické zvládnout celospolečenský proces komercializace života – škarohlídům se zdá, že mládež nechte, že nemá vztah k Boženě Němcové, ani ke Karlu IV., ani ke spolužákům a rodičům, k prvosence na louce ani prezidentovi. Zájem je prý pouze o internet a rychlé občerstvení. Dovolila bych si trochu oponovat sdělením, že svět se přece jen mění a po dnešních třináctiletých nelze požadovat stejný vztah k hodnotám, jako tomu bylo před sto lety. Že si mailem neposílají díla A. Jiráska, je přece logické. Přesto všechno učení se novým věcem, studium, vzdělání by mělo hrát prvořadou roli na cestě českého člověka ke štěstí. Jaký je dnes zájem o to být vzdělaný, učit se? Nebo jde většinou lidem prvotně jen o peníze a hmotný blahobyt? Když chodily moje děti na základní a střední školu, byli jsme všichni zoufalí. Z toho, jak posláni školy ochablo, jak nedostatečně žáky motivovalo, jak byli učitelé bezmocní, bez chuti k čemukoli, bez nadhledu. Jaké postavení podle vás mají učitelé v dnešní občanské společnosti?

Vydeme-li z průzkumů prestiže povolání, potom velmi oceňované. Učitelé základních škol se zde umísťují na čtvrtém místě hned za učiteli vysokých škol a ti opět hned za vědci a lékaři. Z tohoto hlediska je to vskutku povzbudivé. Tyto průzkumy však nereflektují reálnou prestiž, kterou mají učitelé, resp. školy ve veřejnosti a u samotných žáků a mnoha rodičů zvláště. Konečně každý z médií vnímá problém negativního a někdy až agresivního vztahu značné části rodičů ke



► škole a učitelům, který se přenáší na děti a je v poslední době i často diskutován. Každý vnímá diskuze kolem tzv. kyberšikany učitelů nebo jejich pokusy bránit svoji důstojnost před žáky a některými rodiči institutem veřejného činitele. Tato realita čtvrtému místu v hitparádě povolání vskutku neodpovídá. Příčinou zde bude jistě celá řada faktorů, mezi něž nutno řadit i samotné učitele a školu. Vina je ale jistě na straně společnosti, legislativy, životního tempa rodičů, posunu hodnot a velmi evidentně politické reprezentace, pro niž je školství tou nejvýznamnější oblastí pouze v předvolebních projevech. Prestiž učitelského povolání je pochopitelně též ovlivňována ekonomicky. Jestliže na rozdíl od mnoha vyspělých zemí nedosahují u nás nástupní platy učitelů ani dvou třetin průměrné mzdy, nebo platy odborných asistentů na vysoké škole činí 19 000 a docentů 23 000 hrubého, jak je tomu u nás, a učitelé si musejí přivydělávat, potom to vskutku nepodporuje prestiž učitelského povolání. Nuž ale bez ohledu na vnímání společenského statutu učitele je třeba velmi zdůraznit, že v dnešní společnosti je postavení učitele významné a nezastupitelné. Učitel je ten, kdo hraje zásadní roli na cestě ke vzdělání, které rozvine člověka jako lidskou bytost, zprostředkuje mu hodnoty civilizace a současně jej připraví pro úspěšný a spokojený život ve společnosti.

Moje představa učitele: Člověk, který budí úctu a zvědavost. Osobnost, která si umí získat autoritu, dobrý psycholog. Člověk, který dokáže naslouchat i rozmlouvat a přitom dokáže mít pochopení pro stále protestující dětskou a mladistvou duši. Který umí zaujmout. Člověk, který je na vrcholu společenského uplatnění. Tvořivý. Nejen s křídou v ruce a po večerech opravující písmečky. Určitě jsem na mnohé zapomněla. Jsou dnešní studentky a studenti učitelství takoví? Jak kteří. Již jsem se zmiňovala, že v jisté inflaci vysokoškolského vzdělání nutno očekávat i jistý pokles kvality na straně zájemců o toto

studium. Je to ale složité téma zvláště v systému kapitačních plateb, které ženou spirálu přijímaných vysokoškoláků a nutí i školy těžící z kvality ke kvantitě. Celkově ale mohu prohlásit, že naši studenti a absolventi jsou v naprosté většině takoví. Snažíme se, aby naši absolventi dokázali nejen kvalitně vyučovat, ale také se dokázali vcítit do psychiky dítěte a věnovat se jeho individualitě. Měli by být také jako v jiných oblastech schopni pracovat v týmu a být ochotni i schopni se celoživotně vzdělávat, neboť požadavky na práci učitele se dramaticky proměňují. Vždyť se proměňuje i charakter znalostí, které chce učitel navozovat. Vedle klasických statických faktografických znalostí typu know-what vyžaduje pochopení podstaty procesů znalosti typu know-why, způsobilost být úspěšný v různých situacích a kontextech znalosti typu know-how a konečně v současném prosítovaném světě stále více znalosti typu know-who, umožňující přístup ke znalostem předchozích tří typů. Učitel ale dnes již opravdu není někdo, kdo pouze předává vědomosti a navozuje vytváření znalostí. Musí být schopen konstruktivistického přístupu, musí pracovat s vnitřní motivací žáků a podporovat děti při jejich vlastním poznávání, individuálně je rozvíjet a dávat jim podněty k aktivitě a rozvoji jejich vzdělání.

V březnovém vydání Madam Business jsme měli anketu na téma, do čeho nyní investovat. Většina podnikatelek a manažerek shodně odpovídá, že do vzdělání. Ani nevíte, jak mne to potěšilo.

To mne určitě také těší, a to, že takto uvažuje většina podnikatelek a manažerek, mě těší též jako ženu. Není to ale překvapivé. Ženy mají k procesu vzdělávání svých dětí daleko intenzivnější vztah a také jsou schopny vidět a oceňovat vyšší životní hodnoty. Co se však týká investic do vzdělávání, musím konstatovat, že v zahraničí je toto již dávno nejen proklamací, ale reálnou skutečností. Investice do vzdělávání jsou nejen důležité, přímo zhodnotitelné, ale především „recyklovatelné“. Vzdělaná společnost produkuje kvalitní výstupy ve všech sférách svého života. Tyto výsledky společnost využívá a zhodnocuje v dalších etapách svého vývoje. Je to cyklický proces, ve kterém se setkává vzdělanost, kvalita a prosperita. Na druhé straně je pravdou, že investice do vzdělání nejsou rychle návratné a neprojevují se nárůstem kvality v krátkém horizontu, stejně jako podfinancování vzdělání se nemusí ve ztrátě kvality projevit bezprostředně. Oba procesy probíhají přirozeně pomaleji, ale zákonitě. Vědomí významu investic do vzdělávání je proto vlastní osvíceným představitelům politické reprezentace i hospodářské sféry. Věřím, že ve shodě s Rogersem proklamuje mnohý politik, podnikatel či manažer, že rozvoj společnosti je dán osobním rozvojem jedinců, a tuto proklamaci se též usiluje naplňovat.

Zdánlivě z jiného konce – jak na tom je pedagogická fakulta se sponzory? Může vůbec veřejná vysoká škola přijímat sponzorské dary?

Veřejná vysoká škola může přijímat sponzorské dary. Problém je, že pro vzdělávání se shánění sponzorské dary velmi obtížně a pro pedagogické fakulty ještě hůř. Vim, že některé mimopražské pedagogické fakulty své stálé sponzory mají. Sponzoři toto vnímají jako příspěvek pro rozvoj vzdělávání učitelů v regionech, kde jejich firmy působí. V Praze je toto ale problém. Tady je pravděpodobně vzhledem ke koncentraci mnoha institucí či subjektů velmi široké spektrum potenciálních adresátů sponzoringu. Je zde i mnoho škol všech typů včetně škol vysokých, takže zájem o poskytnutí sponzorského daru právě Pedagogické fakultě UK je i přes již zmíněné jistě široké přesvědčení o významu kvalitní přípravy učitelů pro vzdělanost společnosti a její prosperitu opravdu nepatrný. Jsem ráda, že alespoň na každoroční studentský ples se letos opět podařilo získat několikatisícovou sponzorskou pomoc.

Budou-li vzdělání majitelé, management i řadoví zaměstnanci, budou firmy konkurenceschopné. Bude-li člověk připraven, nápad přijde. Všichni to chápeme, na mnoha konferencích se o tom hovoří. Co pro to může udělat vaše fakulta?

Pedagogická fakulta pro toto může udělat opravdu hodně. Kromě toho, že poskytne široký vzdělanostní základ v konkrétních oborech, které jsou předmětem studia, učí studenty být flexibilní, zodpovědní a tvořiví. Osobnostní rozvoj budoucích učitelů zahrnuje také oblast komunikace, řešení problémů, rozvoje kritického myšlení i sebereflexe. Vše dohromady lze pojmenovat jako kvality, které jsou vysoce oceňovány nejen ve školství, ale na trhu práce obecně. Přípravou kvalitních učitelů a vychovatelů a svojí vědeckovýzkumnou prací může fakulta vzdělanosti národa dát vskutku velký vklad. Toto její výrazné a nezastupitelné poslání si intenzivně uvědomuji, a vrátím-li se takto na počátek našeho rozhovoru, chci proto fakultě i v její složité ekonomické situaci co nejvíce ve funkci děkanky prospět.

otázky připravila Eva Brixí

foto: archiv PedF UK



s Hanou Kovářovou

Chápu specifické potřeby žen

Pamatuji doby, kdy muži hovořili o ženách řidičkách s jistým opovržením a jen neradi jim přenechávali místo za volantem. Doba se však mění. Ženy dnes patří k respektovaným partnerům na silnicích a k vyhledávaným klientům pojišťovnami. Je třeba při komunikaci se ženou volit rozdílné prostředky? Mají ženy řidičky specifické požadavky? Nejen o tom jsme si povídali s Hanou Kovářovou, ředitelkou oddělení Business Development DIRECT Pojišťovny.

DIRECT Pojišťovna zavedla na českém pojistném trhu některé novinky. Jak se osvědčil internet jako prodejní kanál a prostředek komunikace a práce s klienty?

Jsme stále jedinou online pojišťovnou na českém trhu a své produkty nabízíme pouze po telefonu nebo internetu. Českým motoristům přinášíme od května 2007 novou a výhodnější alternativu pojištění. Mám-li mluvit o našich distribučních kanálech, tak v loňském roce měl převahu telefonní prodej, důležitým trendem je však postupně rostoucí význam a podíl internetového prodeje. Jsem přesvědčena o tom, že role internetu jako prodejního kanálu bude do budoucna významně růst. Společnost se neustále posouvá směrem k internetu. Roste jeho penetrace, lidé jsou ochotni s ním pracovat, bavit se a samozřejmě také nakupovat. Naším letošním cílem je proto zvýšit podíl pojistných smluv sjednaných prostřednictvím internetu a soustředit se i nadále na další rozšiřování a zkvalitňování našich online služeb. Jednou z cest, jak toho chceme dosáhnout, je např. nedávné zavedení Klientské zóny na našich internetových stránkách.

Do povědomí motoristů se DIRECT zapsal zejména sugestivní reklamní kampaní, v níž nabízí 20% úsporu na pojistném. Slyší na to naši řidiči, jsou ochotni s touto výhodou přejít od konkurence?

Pokud mluvíme o pojištění odpovědnosti z provozu vozidla (povinném ručení), je toto svým způsobem komoditou. Je ze zákona povinné, a proto jej lidé berou jako určitou formu daně. Díky našemu přímému modelu prodeje nabízíme motoristům jednu z nejnižších „daňových sazeb“ na trhu a říkáme, že jsme v průměru o 20% levnější. V loňském roce se nám oproti roku 2007 podařilo ztrojnásobit počet účinných pojistných smluv, je tedy zřejmé, že tento vzkaz řidiče velmi oslovil. Při výpočtu

direct
pojišťovna

pojistného zohledňujeme nejvíce parametry ze všech pojištoven na trhu, díky čemuž můžeme dobrým a zodpovědným řidičům garantovat nízké ceny. V případě havarijního pojištění hrají velkou roli, kromě již zmíněné ceny, také kvalitativní parametry produktu a rovněž kvalita a rychlost služeb. Na tyto parametry se samozřejmě také zaměřujeme a neustále je ku prospěchu klientů zlepšujeme.

DIRECT začal s pojištěním automobilů a později své služby rozšířil i na jednotopá vozidla. Protože jste zodpovědná za analýzu a vývoj produktů, určitě máte jasno, kterým směrem zaměří DIRECT pozornost v nejbližší budoucnosti?

Již dříve jsme oznámili, že ve druhém čtvrtletí letošního roku přijdeme se zásadní novinkou. Tou bude rozšíření našeho portfolia o druhý stěžejní produkt – pojištění majetku a odpovědnosti občanů. Kromě toho budeme samozřejmě i nadále rozvíjet naše stávající produkty v oblasti autopojištění, hledat další příležitosti či specifické skupiny motoristů, kterým bychom mohli nabídnout pojištění „šité“ na míru podobně jako řidičům motocyklů.

Nabízejí se ještě nové možnosti prodeje povinného a havarijního pojištění? Ptám se, neboť do náplně vaší práce patří také strategie a rozvoj prodejních kanálů a nevidím příliš prostoru k inovacím.

Český trh rozhodně není saturovaný, je tady stále mnoho dalších cest a příležitostí, a to jak v produktové definici, tak ve využití distribučních kanálů. V případě povinného ručení jsou sice produktové možnosti trochu limitované, zejména zákonnou definicí, přesto lze i toto pojištění inovovat zejména výši a rozsahem krytí, připojištěním dodatečných rizik či navíc poskytovanými službami. Havarijní pojištění je, co se týče inovací, zajímavějším produktem. Inspirací nám mohou být okolní státy, kde funguje spousta, pro český trh



Hana Kovářová

netradičních, modelů havarijního pojištění, jako například pojištění vázané na počet ujetých kilometrů apod. Inovace pro tento typ pojištění proto nejsou ani zdaleka vyčerpané. Pokud jde o distribuční kanály, myslím si, že ani v této oblasti není český trh tam, kde by mohl být. Já osobně vidím v podstatě neomezené možnosti inovací v prodejních kanálech a nalézání nových partnerství, které budou těžit ze vzájemné synergie. Navíc i rozvoj technologií s sebou přináší další příležitosti, jako např. sms pojištění, pojištění pomocí interaktivní televize apod.

Myslíte si, že jako žena lépe rozumíte řidičkám – klientkám vaší pojišťovny? Volíte rozdílné prostředky, postupujete jinak, pokud komunikujete se ženou a s mužem?

Vzhledem k tomu, že řídím velmi intenzivně, tak asi ano. Určitě chápu specifické potřeby žen lépe než muži. Ženy více ocení např. rozšířené asistenční služby nabízející pomoc v nouzi, pojištění odcizení dětské sedačky apod. Jednoduše řečeno takové ty „soft“ věci s důrazem na rodinu a bezpečnost. Mám-li odpovědět na druhou část otázky, tak z pojištěně-technického pohledu již od začátku našeho působení na českém trhu přistupujeme k mužům a ženám diferencovaně. Zapadá to do naší strategie komplexní segmentace, kde se opravdu pečlivě snažíme řídit riziko. Pokud jde o marketingový a CRM přístup, jsem hluboce přesvědčena o tom, že i tato segmentace má smysl, a že je to cesta, kterou půjdeme i v budoucnosti.

ptal se Pavel Kačer

Prevence pro radost ze života

Ne vždy je příroda mocná čarodějka a ne vždy za nás vyřeší úplně všechno. Ani dobrá nálada a věčný optimismus nezmohou stoprocentně to, co člověk zanedbává v péči o své zdraví. Víím, někdy se těžko hledá rozumná míra mezi hypochondrií a lajdáctvím, na druhé straně záleží jen na nás samotných, čemu a kdy dáme přednost. Významnou orientací pro naše rozhodování jsou v posledních letech také zdravotní pojišťovny. Každá má svá esa v rukávu, jimiž se snaží povzbudit člověka na cestě za zdravím. Obrová zdravotní pojišťovna zaměstnanců bank, pojišťoven a stavebnictví (OZP) zaujala před pár měsíci svou Asistenční službou. Jde o zajímavou novinku, která má k prevenci také velice blízko – ale pomáhá i k ucelenému pohledu na zdravotní stav klienta, úspoře jeho času, podává pomocnou ruku a informace, když si někdo neví rady. Nabízí k tomu řadu dalších atributů, které pojištěncům přišly vhod a vyšly vstříc takřikajíc nevyřčené společenské objednávce doby. Více však již MUDr. Taťana Bretyšová, specialista řízené péče OZP:

Do letošního roku vstoupila vaše zdravotní pojišťovna s novou nabídkou služeb. Přitom cílovou skupinou, již byste rádi oslovili, je matka a dítě, rodina.

Co všechno tato nabídka obsahuje?

Ano, máte naprostou pravdu. Již několik let tradičně oslovujeme mimo jiné i maminky a jejich novorozené děti. Maminka i dítě si tak může vybrat z mnoha možností, na které jim OZP poskytne příspěvek až 2500 Kč. U nastávajících maminek se např. jedná o kurzy tělocviku a plavání, náklady v porodnici, očkování, nehrazená z veřejného zdravotního pojištění, vitaminy, kurzy přípravy k porodu apod. U dětí od narození do jednoho roku pak kromě vitaminů, plaveckých kurzů, léčebného tělocviku apod. také náklady spojené s přítomností tatínka u porodu, příspěvek na ochranné a bezpečnostní pomůcky atd. Ale to není vše. Novorozenému dítěti navíc nabízíme ve spolupráci s Vitalitas pojišťovnou a.s. i roční úrazové pojištění zdarma, dále pak plavání v rámci programu Plavejte s OZP a další. V konečném důsledku tak příspěvek ze strany OZP je mnohem vyšší než uvedená částka. Co se týká nových produktů, tak jsme se v letošním roce zaměřili na všechny věkové kategorie, děti a mládež, dospělé i seniory – zkrátka na celou rodinu. Bližší informace máme pro klienty připraveny na našich internetových stránkách www.ozp.cz nebo na našich kontaktních místech.

Základem vašich aktivit je stále ve větší míře prevence zdraví. Máte jistě řadu

čísel, výpočtů, grafů jako argumentů k tomu, proč se prevence vyplácí.

V prvé řadě bych ráda zdůraznila, že již mnoho let vnímáme prevenci jako důležitou součást běžného života každého z nás. Proto klientům nabízíme řadu produktů v oblasti primární i sekundární prevence. Z vlastní praxe však víím, že řadě klientů není jasné, co si pod těmito pojmy mají představit. U primární prevence je v popředí podpora zdravého životního stylu, podpora rekondičních a rehabilitačních aktivit, plavání, sport apod. U sekundární prevence závažných onkologických onemocnění, onemocnění srdce a další. Vždy, když připravujeme nový produkt, konzultujeme danou zdravotní problematiku s příslušnými odborníky, lékaři a v souladu s jejich doporučením i stanovujeme, pro kterou věkovou skupinu je prevence nejvhodnější, v jakém rozsahu, frekvenci apod. tak, abychom tzv. „šili“ prevenci na míru.



MUDr. Taťana Bretyšová

Víte, stále mne neopouští nadšení z rozvoje medicíny, techniky, jsem ráda, že žiji v době, kdy máme možnost využívat nejmodernější technologie, které mimo jiné pomáhají lékařům detekovat závažné nemoci ještě v časném stadiu onemocnění. Již několik let analyzujeme dopad včasného záchytu a prokazatelně můžeme ►

► na jasných číslech doložit ekonomické, sociální i psychické klady. Proti tomu naopak stojí analýzy nákladů při pozdním zjištění nemoci. Tímto porovnáním můžeme tedy doložit, že prevence je základním kamenem, má svoji nezastupitelnou roli a že stojí za to preventivní programy stále rozšiřovat a zdokonalovat. Jen pro zajímavost – jedním z nejvíce oceňovaných preventivních programů mezi našimi klienty je například preventivní vyšetření nádorových změn kůže, tedy rakoviny kůže, melanomu, který by jinak při pozdní diagnóze neměl dobrou prognózu. Totéž můžeme říci o prevenci nádorů prsu u žen a dalších preventivních programech. Pokud se klient na základě doporučení lékaře či naší pojišťovny rozhodne prevenci absolvovat, může si na našich stránkách najít nejbližší pracoviště, které mu preventivní vyšetření provede. A chtěla bych zdůraznit, že prevenci OZP hradí přímo zdravotnickému zařízení, tj. prevence je pro klienta zdarma.

Jak bonifikujete klienty, kteří ke svému zdraví přistupují zodpovědně?

OZP i v roce 2009 připravila bonifikaci klientům v rámci Kreditního systému OZP. Tzv. základní kredit ve výši až 700 Kč získá klient, který pečuje o své zdraví tím, že chodí na pravidelné preventivní prohlídky, je u nás pojištěn více než 2 roky a za uplynulé dva roky měl nízké náklady na zdravotní péči. Formuláře s přiděleným kreditem již OZP aktivně rozesílala všem klientům, kteří splňovali daná kritéria. K tomuto produktu nás vedla snaha ocenit ty klienty, kteří svým přístupem ke svému zdraví a zároveň nízkými náklady na zdravotní péči umožňují v rámci solidarity, která je v ČR zakotvena i v zákoně, hradit péči klientům se závažným onemocněním. Tzv. bonusový kredit ve výši až 2500 Kč je připraven pro bezpříspěvkové dárce krve, dárce kostní dřeně nebo dárce orgánů. V tomto případě nám klienti sami oznámí skutečnost o odběrech krve či získání nové plakety a my jim pak formulář s přiděleným kreditem odešleme.

Atraktivní novinkou je, zatím jen pro Pražany, Asistenční služba OZP. Jde o non-stop telefonní linku, kde může váš klient konzultovat zdravotní stav, objednat se k lékaři apod. Jaké jsou první zkušenosti?

Tento produkt OZP jako první zdravotní pojišťovna zahájila již před 9 měsíci. Zatím v projektové rovině pro klienty s bydlištěm v Praze a Středočeském kraji. Plánujeme však v tomto roce rozšíření i na další regiony. Projekt jsme pod čarou nazvali: „Klidný spánek s asistenční službou OZP“. K myšlence realizovat tuto službu nás mimo jiné vedlo i přesvědčení, že musíme klientům OZP umožnit nahlížet na svou



zdravotní pojišťovnu nejen jako na plátce zdravotní péče, ale také na koordinátora této péče. Vždyť právě zdravotní pojišťovna má jedinečnou možnost získávat přehled o úrovni zdravotní péče v jednotlivých zdravotnických zařízeních, o jejich personálním, přístrojovém vybavení a také reference od pacientů na péči, kterou toto zařízení poskytuje v určité úrovni nejen diagnostické, terapeutické, ale také etické. A u naší asistenční služby se nejedná jen o telefonní 24hodinovou službu. Nabízíme konzultační a poradenskou službu pro řešení zdravotního stavu, úsporu času využitím objednávkového systému v rámci vybrané sítě smluvních zdravotnických zařízení, profesionální péči kvalifikovaných odborníků, komplexní a včasné informace ze všech



oblastí veřejného zdravotního pojištění, poradenství v oblasti alternativní léčby atd.

Pro ženy, které úzkostlivě hospodaří s časem, tedy například pro manažerky či podnikatelky to může být úžasná pomoc...

Myslím si, že nejen pro manažerky či podnikatelky. I pro maminky na mateřské, pro otce, kteří hlídají své potomky, pro babičky i dědečky. Prostě pro všechny ty, kteří mají nějaký menší či větší zdravotní problém a potřebují nasměrovat, potřebují se poradit. A budete se divit – i pro některé praktické lékaře, kteří třeba ve svém okolí nemají kýženého ambulantního specialistu, např. cévního lékaře, alergologa apod.

Může si zájemce pomoci asistenční službou nechat vytipovat jiného ošetřujícího lékaře, když s jedním není spokojen?

Asistenční služba OZP celkově rozšiřuje nabídku mimořádných výhod pojištěncům OZP a mimo jiné pomáhá i v otázkách či nejasnostech s poskytováním zdravotní péče. Posiluje tak i postavení klienta v současném systému zdravotnictví.

Bude linka posílena např. v době chřipkových onemocnění?

Tato linka je projektována na jakýkoliv nápor. Už jsme měli možnost vyzkoušet si zvýšený zájem při nedávné epidemii žloutenky i chřipkových onemocnění apod. Spolupracujeme i se specialisty se zkušenostmi z krizového řízení.

A chystáte i její speciální webové stránky?

Na našich internetových stránkách www.ozp.cz klienti naleznou veškeré potřebné informace, včetně formuláře Registračního listu Asistenční služby OZP, který je připravený ke stažení a vyplnění. Klienti, zatím z Prahy a Středočeského kraje, které zaujme naše nabídka, mají možnost vyplnit tento Registrační list asistenční služby a odeslat na adresu OZP. Tím se stávají klienty služby a mohou využívat nabízených možností. Pochopitelně mohou přihlásit i své děti. Získají také nálepkou s telefonním číslem asistenční služby, kterou si nalepí na stávající legitimaci pojištěnce a touto se pak prokazují i ve zdravotnických zařízeních, spolupracujících s asistenční službou OZP. Asistenční služba je pro zařazené klienty zdarma.

Za delší období provozu zaznamenáte možná i spousty lidských příběhů, které píše sám život. Možná by stálo za to s nimi dále pracovat...

Ano, to bezesporu. Některé příběhy by byly možná zajímavým čtením za jarních večerů. Jsou mezi nimi i kazuistiky klientů, kteří nás informují, jak léčba probíhá, dávají nám možnost zpětné vazby. Ale obrací se na nás i s novými problémy, vlastně nám tím dávají důkaz, že služba má smysl a že je pro

► ně přínosem. Vyberu tři příběhy za všechny. **Kazuistika první:** mladý klient měl potíže se zrakem, zároveň mu byla stanovena diagnóza řídnutí kostí a ledvinové kameny. Bohužel jednotliví lékaři nebyli vzájemně obeznámeni s celou problematikou, vždy řešili pouze svoji oblast. Klienta jsme objednali k odborníkovi, který po zvážení všech skutečností dospěl k diagnóze poruchy metabolismu vápníku v důsledku postižení příštítných tělísek. **Kazuistika druhá:** Klient trpěl při chůzi křečemi v dolních končetinách. Dříve aktivní sportovec byl najednou omezen na chůzi po bytě. Praktický lékař jej odeslal k sonografickému vyšetření žilního systému, které však v první fázi nepřineslo vysvětlení stavu. Lékař klienta odeslal domů, že se nejedná o nic vážného. Manželka zoufale volala na linku asistenční služby, že si neví rady. Zajistili jsme mu tedy vyšetření na renomovaném pracovišti, kde více přihlédli ke klinickému stavu, klienta vyšetřili, zjistili závažnou poruchu v cévním řečišti dolních končetin. Pacient je toho času po operaci. **Kazuistika třetí:** mladá žena s onkologickým onemocněním. Je v péči odborníků, se kterými je spokojena. Po konzultaci s nimi se obrací na asistenční službu s prosbou o radu v oblasti alternativní medicíny. Je směřována do zdravotnického zařízení, které se zabývá klasickou i alternativní medicínou a které jí, po dohodě s ošetřujícím lékařem, doporučuje doplňkovou léčbu.

Každý se díváme na život tak trochu pod úhlem vlastní profese. Jak je tomu u vás?

Jsem ráda, že mám z titulu své profese možnost vidět medicínu a zdravotnictví jako takové z obou úhlů pohledu. Z pohledu poskytovatele zdravotní péče i z pohledu zdravotní pojišťovny. Dává mi to



ucelenější náhled na systém zdravotnictví v České republice. V mé lékařské praxi se často setkávám s pacienty, kteří se v našem systému zdravotnictví jakoby ztrácejí. V rámci své profese algeziologa vnímám intenzivněji slova doc. PaedDr. Koláře, se kterým jsem měla kdysi tu čest hovořit. V rozhovoru se zmínil o tzv. „atomizaci“ medicíny na jednotlivé obory, což je bezesporu dobře, ale zároveň o ztrátě systémového pohledu na pacienta. V rámci práce v OZP se setkávám s řadou zajímavých odborníků, jsem více „v obraze“ v systému zdravotnictví, v rámci své ordinace pak s reálnými příběhy lidí již s chronickými, těžko rozklíčovatelnými, obtížemi, procházejícími různými obory bez multidisciplinárního náhledu. A spolu s řadou kolegů se jim sna-

žím pomoci. A pod úhlem své profese, pod úhlem příběhů pacientů si více vážím všeho, co kolem sebe mám, práce, rodiny, přátel.

Myslíte si, že si málo vážíme života? A že bychom pro jeho kvalitu mohli udělat každý sám za sebe více?

To asi nespočívá jen v otázce vážít, či nevážít si svého života. Každý z nás má obavy o zdraví svých blízkých a možná i o své. Tady je spíš otázkou, kdy si uvědomíme, že pro své zdraví musíme učinit něco víc, než jen trávit čas čtením množství populárně naučných článků, které se na nás hrnou z novinových stánků, ale naopak se musíme aktivně zajímat, co a jak jíme, jak trávíme my a naši blízcí svůj volný čas a jakou máme vlastně kvalitu života.



Co vy sama děláte k tomu, abyste byla takřkajíc v kondici? Měla byste nějakou užitečnou, drobnou zkušenost, o níž byste se ráda rozdělila s ostatními podnikatelkami a manažerkami? Něco, co zaručeně pomáhá? Ne vždy to musí být pravidelná návštěva bazénu nebo maséra, někomu funguje kniha básní, jiný si nejlépe odpočine s motýčkou na zahradě či chozením po buticích...

No, upřímně řečeno, asi bych nebyla zrovna správným příkladem pro ostatní. Hodně pracuji a stále odsouvám rozhodnutí o nutnosti změnit rytmus života. Více se věnovat rodině, více se hýbat. Neboť v rozumné míře sport, ať již plavání, či pohyb po loukách je přeci jen účinnější než pohyb po rozsáhlých lánech obchodních center. Ale vážně, velmi si vážím přátelství, to mne dobývá, baví mne práce, kterou dělám, to mi také dobývá baterky, a pochopitelně rodina, kterou mám docela rozsáhlou a která je mi oporou.

otázky připravila Eva Brixí

foto: archiv OZP

Efektivně zeštíhlet a líbit se

Každá žena je jiná. Jedno mají ale všechny společné – chtějí se cítit krásné a líbit se nejen svému okolí, ale především samy sobě. K tomu jednoznačně napomáhá kosmetika. V těchto dnech přichází na český trh italská značka s dlouholetou tradicí, která je jedničkou v péči o štíhlou linii a tvarování postavy. Somatoline Cosmetic™ je kompletní řada zeštíhľujících ošetřujících přípravků, která se stala nepostradatelným pomocníkem téměř každé ženy, a nejen ve slunné Itálii.

Historie značky Somatoline začala již v roce 1973, kdy byl ve Florencii představen účinný přípravek proti celulitidě. Jeho jasně viditelné výsledky odstartovaly éru, během které se přípravek Somatoline stal absolutní jedničkou na místním farmaceutickém trhu s přípravky pečujícími o štíhlou linii. V roce 2005 došlo k rozšíření a inovaci značky Somatoline a vznikla komplexní řada s názvem Somatoline Cosmetic™, která představuje profesionální péči o pokožku a současně také přináší efektivní řešení problémů spojených s celulitidou. „Každá žena reaguje na útok obezity jinak. Některým se usazují tuky rovnoměrně, zatímco jiným se koncentrují jen v určitých partiích, jako je například břicho, boky či stehna,“ poznamenala Iva Krůtová, brand manažerka značky Somatoline Cosmetic™. „Právě z tohoto důvodu je řada tvořena čtyřmi přípravky, z nichž se každý zaměřuje na specifické problémy spojené s jednotlivými částmi těla.“ Na našem trhu bude značka Somatoline Cosmetic™ zastoupena těmito přípravky:

- ▶ Ošetřující přípravek **Břicho a Boky**
- ▶ Ošetřující přípravek **Zeštíhľující Intenzivní Noční**
- ▶ Ošetřující přípravek **Proti Celulitidě**
- ▶ Ošetřující přípravek **Total Body Zeštíhľující Gel**

Celá řada je vyrobena podle inovačních farmaceutických formulí. To znamená, že složení přípravků je založeno na působení různých aktivních látek efektivně tvarujících postavu. Jednotlivé ošetřující přípravky nejenže zeštíhľují a tím i tvarují postavu, ale také napomáhají k odbourávání nahromaděného tuku či eliminují projevy spojené s celulitidou. Navíc je po ošetření pokožka dostatečně tonizovaná, hladká a hebká. Pro zvýšení účinku aktivních látek je využito tzv. kryotermálního efektu (střídání pocitu tepla a chladu). Ten umožňuje stimulovat kožní mikrocirkulaci, a tak podporovat vylučování nadbytečných tekutin



z těla ven. U ošetřujícího přípravku Proti Celulitidě navíc reaktivuje buněčný metabolismus, který je odpovědný za fyziologické odbourávání celulitidy. „V souvislosti s kryotermálním efektem naše zákaznice upozorňujeme, že po několika minutách po aplikaci přípravku mohou na ošetřených místech pocítit lehké pálení, či naopak chlad doprovázený jemným zarudnutím pokožky,“ vysvětlila Iva Krůtová. „Tyto projevy jsou jen přechodné a nejsou kožní alergií. Jednoduše jsou znakem toho, že Somatoline Cosmetic™ skutečně funguje.“ Řadu Somatoline Cosmetic™ je možné zakoupit výhradně v lékárnách.

¹⁾ Zeštíhľení znamená kosmetické tvarování, nikoliv úbytek hmotnosti.

(tz)

Žvýkačky v autě – dobrá věc

Počasí není letos v zimě pro řidiče ideální. Neustálé nízké teploty a sněžení komplikovaly až do prvních jarních dnů cestování autem a jsou jednou z příčin řady neštěstí. Například jen České pojišťovně nahlásili řidiči během ledna tohoto roku 20 581 dopravních nehod. „Proměnlivé počasí pro řidiče znamená, že musí být ve střehu ještě více než obvykle,“ zopakoval starou pravdu dopravní expert Mgr. Stanislav Huml. „Základem je používat zimní pneumatiky. Současné stavy, kdy se na povrchu vozovky střídavě mění voda, sníh a led, jsou značně nebezpečné,“ dodal. V České republice platí nová dopravní značka, která přikazuje zimní obutí do konce dubna na vyznačených úsecích. Pokud je cíl cesty za hranicemi naší republiky, měli by se motoristé

seznámit s příslušnými dopravními předpisy ve všech zemích, kterými zamýšlí projíždět. Jednou z příčin dopravních nehod je také lidský faktor, především únava. Řidiči se vydávají na delší trasy nedostatečně odpočatí a cesta



za nepříznivého počasí nebo v méně známých oblastech je dále vyčerpává a unavuje. Nedostatek pozornosti však může mít tragické následky. Společnost Wrigley proto doporučuje především přerušovat řízení pravidelnými zastávkami. Podle Ing. Jana Bajgara by měl řidič zastavit minimálně každou hodinu až dvě. Pokud to není z jakéhokoli důvodu možné, jsou ideálním pomocníkem při řízení žvýkačky, které zaměstnávají žvýkací svaly, zvyšují proudění krve do mozku a stimulují tak jeho činnost. „Žvýkačky Airwaves navíc tento účinek žvýkání posilují svým specifickým složením. Díky vysokému obsahu mentolu a ‚chladících‘ složek žvýkačky Airwaves skvěle vzpruží,“ doplnil Jan Břejcha, manažer značky Airwaves.

(tz)

Business je tak tvrdý, jak tvrdí lidé se v něm pohybují

Informační a komunikační technologie, tím spíš, jsou-li používány v automobilech, už od samého počátku opanovali muži. Ale ženám, které jim dokáží být v tomto „macho“ oboru rovnocenným partnerem, to může přinést mimořádně výhodnou pozici. Veronika Vlasatíková, která je výkonnou ředitelkou společnosti SGS zabývající se elektronickým sledováním a zabezpečením vozidel, o tom může vyprávět... Povídali jsme si nejen o ochraně aut před zloději, ale i o ženském elementu v mužském prostředí.



Jaké jsou nejnovější trendy v systémech ochrany a monitorování vozidel?

V minulosti bylo hlavním motivem pořízení takového systému zabezpečení vozidel proti odcizení a automatická tvorba jízdy, která nejednemu podnikateli či uživateli služebního vozidla ztěžovala život. Dnes díky pokročilým technologiím jsme schopni získávat a následně zpracovávat jakékoliv veličiny či data, které naši zákazníci potřebují pro snížení nákladů a efektivního řízení vozového parku. Zatímco v předešlých letech byly tyto produkty vnímány spíše jako nástroj pro sledování pohybu vozidel a zaměstnanců, nyní je náš produkt vnímán jako komplexní řešení pro monitoring a správu vozidel, logistiku a nástroj pro snižování nákladů na pohonné hmoty. Hlavní trend tedy vidím v posunu od sledovacího systému k systému mobilního přenosu dat a jeho následného zpracování, tímto způsobem oslovujeme nové segmenty, jako je například stavební sektor či zemědělství, kde doposud o využití takových systémů neuvažovali. Dalším důležitým trendem je uplatnění těchto komunikačních jednotek v osobních soukromých vozidlech.

Motoristé znají a používají řadu systémů k zabezpečení svých vozidel. Proč by měli dát přednost právě CarNetu?

Produkt CarNet nabízí svým zákazníkům řadu zabezpečovacích funkcionalit, od zaslání alarmových sms na předdefinovaná čísla až po napojení na pult centrální ochrany s možností okamžitého výjezdu zásahové jednotky. Oproti naší konkurenci mimo jiné mohou zákazníci kdykoliv využít našeho call centra, které je v provozu 365 dní v roce, 24 hodin, včetně svátků. Operátoři jsou schopni v případě odcizení vozidla či v případě příchozí alarmové sms zjistit, co se s vozidlem děje a rozpoznat, zda jde o planou či reálnou situaci. Díky tomu jsme několika našim klientům byli



Veronika Vlasatíková

schopni dohledat odcizená vozidla okamžitě po doručení zprávy o krizové situaci. Produkt CarNet je taktéž možné napojit na další bezpečnostní mechanizmy, např. na náklonové čidlo nebo čidlo tříštivosti skel.

Říká se, že zločinci jsou vždy o trochu napřed a ochránci zákona jen dohánějí zpoždění. Platí to i o bezpečnostních systémech nebo se už nabízí „náskok díky technice“?

Cílem každého výrobce zabezpečovacích zařízení je vyvinout nedobytný systém, nicméně znáte staré české přísloví „šikovné české ručičky“... Takže musím říct, že pokud náskok získáme, tak je vždy jen otázka času, kdy zločinci najdou způsob jak systém oblafnout. Přirovnala bych to k běžekým závodům, výrobci bezpečnostních zařízení vždy závod odstartují jako první a pak až do cíle čelí soupeři, který jim dýchá na záda. Proto jsme museli změnit taktiku a vyvíjet systémy, které zabezpečují

proti krádeži a současně upozorňují na nestandardní manipulaci s monitorovací jednotkou, ztrátu signálu či odpojení od zdroje atd. V podstatě při vývoji takových systémů dopředu počítáme s tím, jakým způsobem bude zloděj postupovat.

Čím se může prosadit v tak tvrdém businessu křehká žena? Prozradíte vaše manažerské desatero?

Neřekla bych, že business v ICT je o něco více tvrdší než v jiných oborech. Je jen specifický v tom, že se jedná o technické záležitosti, kterým ne všichni musejí rozumět nebo jim holdovat. Naše společnost vyvíjí produkty, které primárně využívají mobilních telekomunikačních technologií. Vzhledem k tomu, že jsem 8 let pracovala pro Eurotel, následně pro Telefonicu O2 Czech Republic, nebyla potíž se do této problematiky dostat, protože jsem během své praxe nasbírala velké množství zkuš-



ností z tohoto oboru. Co se týče businessu, tak dle mého názoru business je tak tvrdý, jak tvrdí lidé se v něm pohybují, a pak už je to jen o práci s nimi. Pokud umíte s lidmi

pracovat, zvládnete i business a je jedno, jestli jste žena, nebo ne. Nicméně to, že jsem žena, je podle mého názoru v tomto oboru výhodou. Pro mnoho obchodních partnerů je to příjemná změna, protože většinou na svých jednáních komunikují s muži. Mnohokrát jsem se setkala i s tím, že první okamžiky jednání probíhaly ze strany partnerů s mírným despektem, o to příjemnější a vřelejší byly závěry, kdy jsem je dokázala přesvědčit, že mají proti sobě vyrovnaného partnera. Manažerské desatero nemám, ale co mne dokonale vystihuje nejen v osobním, ale i v pracovním životě, je úryvek z knihy O. Mandiniho, Nejlepší obchodník na světě“:

Vytrvám, dokud neuspěji. Nepřišel jsem na tento svět pro porážku a v mých žilách nekoluje neúspěch. Nejsem ovce, která čeká, až ji pastýř pobídne. Jsem lev a s ovцами odmítám mluvit, kráčet i spát. Nebudu naslouchat těm, kdo vzlykají a stýskájí si, protože tato choroba je nakažlivá. Takoví ať se připojí k ovcím. Mým osudem nejsou jatka nezdaru. Vytrvám, dokud neuspěji.

Stojí před vámi ještě velké výzvy v profesionálním a osobním životě?

Doufám, že ano, a upřímně se na to těším!

připravil Pavel Kačer

Fotky na památku

Město Český Krumlov hostilo koncem března milou návštěvu – byl zde připraven doprovodný program pro manželky a manžely ministrů a ministryň. Starosta města Luboš Jedlička a místostarosta Jitka Zikmundová přivítali chotě ministrů v Museu Fotoateliér Seidel. Jako překvapení na ně čekalo dobové fotografování. „Návštěvu jsme fotografovali původní technologií černobílé fotografie. Exponovaný černobílý plochý film se tedy musel vyvolat, ustálit a následně z něj byly zvětšeny černobílé fotografie ve formátu 24 x 30 centimetrů. Fotografie jsme potom usušili a zarámo-

vali. Celý proces byl velice náročný na čas, protože jsme museli dodržet určité časové limity při zpracování. Těší mě, že se nám to podařilo a stihli jsme včas předat opravdu originální dárek,“ doplnil manažer projektu Museum Fotoateliér Seidel Petr Hudičák. Hosté si prohlédli také centrum Českého Krumlova, navštívili kostel sv. Víta a na zámku prošli Maškarní sál a barokní divadlo. „Když jsem hovořil s některými návštěvnicemi doprovodného programu, tak bylo patrné, že jsou z našeho města nadšené. Věřím, že se sem vrátí a objeví další krásy Českého Krumlova,“ sdělil starosta města Luboš Jedlička.



Město Český Krumlov spolupracovalo na přípravách programu s Ministerstvem zahraničních věcí a s Úřadem vlády České republiky. (tz)



Tipy na první jarní výlety autem

TOMTOM

S příchodem jara se dny prodlužují a nesmělé sluneční paprsky lákají k prvním výletům. Mnoho lidí v tomto období vyráží poprvé po zimě autem na krátkou dovolenou nebo na venkov. Po dlouhé zimní pauze se vyplatí důkladně zkontrolovat stav svého vozidla a v neposlední řadě také stav své navigace. Prostřednictvím TomTom HOME, bezplatného softwaru TomTom, snadno zjistíte, zda vaše navigace obsahuje aktuální data. Nejnovější informace vám pomohou netrávit na cestách více času, než je nezbytně nutné. Ušetřený čas pak můžete raději prožít s rodinou nebo kamarády. Americká výzkumná instituce Virginia Tech Transportation Institute a nizozemská TNO prokázaly, že satelitní navigace má pozitivní vliv na chování řidičů a dopravní bezpečnost. Řízení s navigačním přístrojem navíc zvyšuje pozornost řidiče a snižuje míru stresu. (tz)

Zde je několik tipů pro bezpečné jarní jízdy.

1. Vyhnete se na cestách nepříjemným zpožděním stažením nejnovějších oprav Map Share do svého zařízení. TomTom Map Share umožňuje uživatelům vytvářet ve své navigaci mapové opravy a bezplatně je sdílet s ostatními, takže si řidiči mohou být jisti, že vždy jedou podle nejaktuálnější mapy.
2. IQ Routes: S inteligentní technologií TomTom pro plánování tras víte, že vaše zařízení nepočítá pouze nejkratší trasu, ale také tu nejrychlejší. Díky tomu strávíte na cestě jen tolik času, kolik musíte, a ušetřený čas můžete využít k příjemnějším jarním aktivitám. TomTom IQ Routes je založen na dvouletém sběru dat o skutečných rychlostech na evropských silnicích. Tím bylo dosaženo nejpřesnějšího plánování tras, jaké je v oblasti navigací dostupné.
3. Hledání cesty do zahraničních měst nebývá vzhledem k mnoha okolnostem jednoduché. Máte-li v plánu navštívit na jaře své přátele nebo příbuzné v zahraničí, přibalení navigace TomTom vám může ušetřit spoustu času i stresu. TomTom nabízí mapy zemí celého světa. Pokud tedy mapu zemí, kam míříte, v navigaci nemáte, zkontrolujte obchod s mapami TomTom na www.tomtom.com.
4. Prostřednictvím TomTom HOME mohou uživatelé ve svém zařízení aktualizovat databázi radarů a být tak s předstihem informováni o jejich pozicích – a tím ušetřit peníze na pokutách. TomTom HOME také umožňuje si navigaci přizpůsobit, takže si dlouhé cesty můžete zpestřit třeba legračními hlasy, zvuky či fotografiemi přátel či členů rodiny. TomTom dále nabízí službu Map Update Service, která zajišťuje, že řidiči vždy automaticky obdrží nejnovější mapu pro své zařízení. Díky tomu vědí, že jakákoli trasa, kterou si zvolí, je založena na nejnovějších mapových podkladech.
5. Seznam užitečných míst vám pomůže naplánovat parádní výlet. Rozsáhlá databáze POI (Points of Interest) od TomTomu nabízí mnoho zajímavých tipů na rodinné vyjíždky, romantické víkendy nebo aktivní dovolenou.

Ve firemní struktuře budoují týmí asistenti, osobní asistenti, office manažeři

Založili jste firmu a přemýšlíte, zda zaměstnat asistentku nebo sekretáře, vzít si někoho k ruce? Nejste si jisti, zda byste takovou sílu dokonale využili nebo uměli zpočátku zaplatit? Nebo jste šéfkou nadnárodní korporace a snažíte se svůj kolektiv zeštíhlet, ušetřit na nákladech a zvažujete, že se napříště obejdete bez své sekretářky? Nebo jste na tom už tak, že ke dvěma šikovným ženám na této pozici přiberete ještě třetí sílu, ale tentokrát třeba muže, protože delegujete stále větší množství drobných i náročnějších kompetencí? Jsou to někdy až příliš živé otázky, než aby na ně existovala jednoznačná odpověď. Mnohá však možná vyplyne z následujících řádků. Slovo má Jan Poledník, prezident Asociace Profesionálů v Administrativě, která právě vyhlásila 1. ročník celostátní soutěže TOPASISTENTKA ČR pro rok 2009:

topasistentka.cz



Jan Poledník

Nová soutěž na obzoru – jde o příležitost pro firmy, organizace, státní správu. Oč především tedy půjde?

Cílem soutěže je zvýšení prestiže povolání a osobností, které tvoří základní pilíř fungování každé prosperující firmy, tedy pracovníků firemní správy a pracovníků podpory elementárních firemních procesů. Ruku v ruce s tím jde o nepřímé ocenění firem, které se věnují profesionálnímu rozvoji svých zaměstnanců a podporují atraktivní formy zaměstnanosti. V Asociaci rádi vidíme, že v mnoha českých a zahraničních firmách již pólůvazky, zaměstnávání hendikepovaných spolupobčanů nebo cílená péče o maminky po mateřské není velkou neznámou, jak tomu bylo téměř bez výjimky dříve. Tváří naší soutěže je, jak asi víte, herečka K. Janečková, populární „Ošklivka Katka“ ze stejnojmenného seriálu TV Prima.

Stejně jako ona v tomto seriálu tvoří naše TOPasistentky zásadní hybnou sílu fungování a existence firmy. Perličkou je pak to, že se v obdobných soutěžích, které se již dlouhá léta úspěšně realizují v zahraničí, úspěšně umísťují i muži. K tomu bych rád dodal, že naše asociace je členem Mezinárodní Asociace Profesionálů IAAP, a to z mnoha důvodů. Jedním z nich je sdílení a prosazování stejných názorů na postavení asistentek, výměna informací v oboru a sledování všeho nového, co může být i pro Českou republiku inspirativní.

První dvě kola budou on-line. Co to bude znamenat pro přihlášené?

Pro přihlášené je on-line forma prvních kol ideální, protože na ně neklade zvýšené nároky z hlediska času a místa. Účast je méně časově náročná a tudíž atraktivnější.

Rádi byste touto akcí upozornili odbornou i širší veřejnost na to, jakým pokladem může šikovná asistentka-asistent pro firmu či jakýkoli jiný subjekt být. Zdá se vám, že role asistentky je u nás tak trochu na okraji společenského zájmu?

Ano. V mnoha firmách jsou asistentky a vůbec pracovníci firemní správy či „front office“ těmi „posledními v řadě“. Důvody jsou k tomu v zásadě dva. Oba spolu ale spolu souvisí jako v té notoricky známé neřešitelné otázce „Co bylo dřív? Slepice nebo vejce?“ Na pozicích asistentek je poměrně velká fluktuace a firmám se ne vždy vyplácí pracovníky na těchto pozicích karierně

rozvíjet. Na druhé straně je ovšem fluktuace často způsobená tím, že jsou pracovníci přehlíženi, frustrováni a k fluktuaci nepřímo donuceni. Jednoduše si vyhodnotí, že „tady“ je žádná perspektiva nečeká. K prvnímu lze říci, že práce s talentovaným lidským potenciálem by měla být jedním z největších firemních priorit, k druhému pak to, co řekla paní Eliška Coolidge-Hašková: „Pracovní pozice je právě tak atraktivní, jak atraktivní a zajímavou ji udělám já sama.“ A ještě drobnost – víte, že ve světě existuje Mezinárodní svátek asistentek? O něčem to vypovídá, i když u nás se o svátku ještě pořádně neví...

Říká se, že dobrý účetní je pro firmu anděl strážný; skvělý účetní, poloviční starosti. Myslím, že obdobnou roli má spolehlivá a komunikativní asistentka.

Týmí asistenti, osobní asistenti, office manažeři, to vše jsou ve firemní struktuře zásadní nezastupitelné pozice. Nastavení jejich kompetencí pak klíčové pro jejich efektivní využití. Každý manažer nebo tým, který dokáže efektivně se svojí podporou komunikovat, bude schopen mnohem lepších pracovních výkonů. Škoda, že s tím má mnoho nadřízených stále problém.

Poroste její úloha ve firemní struktuře?

Víte, trendy a rádo by trendy jsou nejrůznější, ale v zásadě lze z personalistického hlediska říci, že ať již podle nových a moderních trendů názvosloví podpůrných pozic a pozic firemní správy měníme a ameri-

- ▶ kanizujeme jakkoliv, stále budou potřeba. Důležité ovšem je, aby se pracovníci na těchto pozicích vzdělávali a drželi krok s technickými novinami a novými požadavky trhu.

Naopak znám šéfy, kteří celý život pracují bez asistentek, sekretárek, organizují sami sebe a jsou spokojeni. Co vy na to?

Tzv. „hands-on approach“ způsob vedení je moderní. Velmi záleží na náplni práce a předmětu činnosti dotyčného, respektive firmy jako takové. Jak jsem ale již řekl v předchozí odpovědi, firemní organizace a názvosloví v něm se dá vytvořit různě. Nadřazení ale stejně většinou mívají k dispozici týmové asistenty, recepční nebo „junior...“ podřízené, na které část administrativy delegují.

Asistentka či asistent – to však není jen styčný důstojník ředitele, předsedy představenstva, ale odborník, který hovoří několika světovými jazyky, vyniká v bystrosti, taktu, umí pracovat s informacemi, musí být dobrým organizátorem, dokáže v dobrém slova smyslu reprezentovat, být začátkem i koncem šťastného obchodního příběhu. Podle čeho budete soutěžící hodnotit?

V žádném případě se nejedná o jakoukoliv verzi soutěží MISS. Zmiňovaná kritéria jsou spolu s iniciativou a přímým podílem na firemním úspěchu či inovaci právě těmi, která dělají z pracovníka pracovníka s předponou TOP. V porotě naší soutěže jsou personalisté, manažeři, psychologové, významné



osobnosti pracovního i společenského světa. Musím říci, že si jejich účasti velmi vážíme a těšíme se společně na všechny účastníky soutěže i na podzimní finále soutěže v pražském Hotelu Diplomat.

Každý manažer nebo tým, který dokáže efektivně se svojí podporou komunikovat, bude schopen mnohem lepších pracovních výkonů.

Jak motivujete zájemce, aby se rozhodli do hry vstoupit?

Na účastníky soutěže čeká mimo atraktivní věcné ceny zvýšení jejich prestiže a hodnoty na trhu práce, jak u jejich současných, tak případných budoucích zaměstnavatelů. Být finalistou, nebo dokonce vítězem této soutěže znamená pro okolí jasný signál o kvalitách, kterých je účastník nositelem. Proč tedy nevyzkoušet svoje kvality? Přihlásit se můžete až do 31. května 2009 na stránkách www.topasistentka.cz.

otázky položila Eva Brixl

Novinka: Úrazové pojištění od Cetelemu

POJIŠŤOVNA CARDIF PRO VITA a finanční společnost Cetelem nabízí od konce února 2009 nový druh pojištění. Jedná se o úrazové pojištění proti hospitalizaci, plně invaliditě a úmrtí následkem úrazu.

„Úrazové pojištění není ještě zcela běžný finanční produkt v každé domácnosti. Spotřebitelé již mají pojištěno mnoho věcí, ale na své zdraví zpravidla myslí až v poslední řadě,“ řekl Darek Filip, ředitel Útvaru rozvoje obchodních aktivit společnosti Cetelem. „Rozšíření portfolia o tento typ pojištění vychází nejen ze zkušeností našich sesterských společností v zahraničí, kde je

součástí standardní nabídky již řadu let, ale také z toho, že k úrazu může dojít každý den, kdykoliv a kdekoliv.“ Cetelem chce svým klientům nabízet více finančních služeb spojených se zajištěním jejich závazků, tedy nejen pojištění schopnosti splácet svůj úvěr a pojištění zneužití karet. Jmenované úrazové pojištění dokáže zajistit klienta při pobytu v nemocnici, vykompenzuje ztížené uplatnění v důsledku plně invalidity či finančně zajistí blízké v případě úmrtí následkem úrazu. Na výběr jsou dva balíčky pojištění, přičemž pojistný soubor Standard kryje pouze klienta a balíček Rodina se vztahuje

navíc i na jeho blízké. Základní podmínkou je, aby byl žadatel mladší 65 let a nebyl ve starobním, plném ani částečném invalidním důchodu. „Nemalou roli v popularitě tohoto pojištění hraje i jeho relativně nízká cena, být pojištěn za 150 Kč měsíčně na 500 000 Kč je skutečně výhodné,“ doplnil D. Filip. Nově nabízené pojištění je určeno držitelům kreditních karet, kteří mohou svou kartu využít zároveň jako nástroj, z něhož poukazují pojistné přímo pojišťovně. Stejně pojištění nabízí Cetelem od jara 2008 i ke spotřebitelským úvěrům.

(tz)

Pro dokonalou hygienu

Expert na hygienu, značka WC NET, nedávno rozšířila stávající řadu přípravků WC NET Energy pro vyčištění a dokonalou hygienu toalet. K řadě Energy nyní přibýly dvě nové varianty samočisticích přívěsků v netradičním voňavém kabátě – Pure Fresh a Lavender Fresh.

Řada přípravků WC NET Energy, nenahraditelných pomocníků v boji proti usazování vodního kamene, byla na český trh uvedena před dvěma roky. V loňském roce ji doplnila řada WC NET Energy bělicí, která zase dodá vaši toaletě zářivou bělost v kombinaci s dokonalou čistotou.

„Přívěsky z řady WC NET Energy i Energy bělicí fungují na jednoduchém, avšak velice účinném principu,“ řekla Petra Termerová, brand manažerka značky WC NET. „Obsahují vybrané biologické mikroorganismy, které se po kontaktu s vodou, tedy při každém spláchnutí, aktivují a produkují enzymy. Ty se rozptýlí po celém povrchu toaletní mísy, a to i pod její okraj, kde odstraňují organické nečistoty. Celá mísa je tak kontinuálně čistěna i mezi jednotlivými spláchnutími, kdy povrch toalety zůstává mokrá a enzymy jsou tedy stále aktivní.“



(tz)

Jak efektivně využít čas v práci, domácnosti a při odpočinku?

Otázka pro Alexandru Rudyšarovou, generální ředitelku pověřenou řízením agentury CzechInvest



Slovní spojení „efektivní využití času“ zní téměř jako zaklínadlo. Ať už se jedná o práci, či volný čas. Kdo by nechtěl využívat čas efektivně? Neznám nikoho ze svého okolí, kdo by si takový luxus mohl dovolit. Ale jak na to? Dovolím si tvrdit, že najít ten správný způsob, jak naložit s časem, trvá roky. Můžete si nastudo-

vat stovky příruček a strávit hodiny na odborných školeních, nakonec ale zjistíte, že zorganizovat svůj čas nejlépe dokážete jenom vy sami. I přesto, že budete dodržovat veškeré rady odborníků, při každodenním ohlédnutí zpět si řeknete, že jste měli spoustu bodů svého uplynulého pracovního dne naplánovat jinak. Tak to má asi být, vždy je co zlepšovat, time management nevyjímaje.

Jak to dělám já? Vždycky se snažím poučit z vlastních chyb.

To proto, abych je neopakovala. Vykouzčila jsem si tak báječný stereotyp pracovního dne. Schůzky, schůzky, schůzky a zase schůzky. Mezi nimi vyřizují pracovní hovory a nutnou administrativu, kterou musí zvládnout každý manažer. Každý bod má své pevné místo v programu, vždy je však potřeba počítat i s neplánovanými situacemi. Pak přichází na řadu improvizace.

Po skončení pracovních aktivit se snažím co nejvíce odpočívat – načerpat síly do nového dne. Nikdy totiž nevíte, co nečekaného přinese. Odpočinkem však nemyslím lenošení, ale aktivní relax, při kterém si oddechne tělo i mysl. Pod tímto pojmem se skrývají různorodé způsoby nakládání s volným časem, je to nanejvýš individuální záležitost. Já ráda relaxuji ve společnosti známých a kamarádů, na které při mém pracovním vytížení zbývá jen málo času. Kafe s kamarádkou nebo návštěva kina s rodinou, zaručený způsob, jak se odreagovat. A jaká je moje neřest? Leckdy neodolám a vydám se pořídit si nový kousek do svého šatníku. Ale je to vůbec neřest? Posouzení nechám na čtenářkách i čtenářích...

O peníze přece nejde

Máme takovou zašlou roubenou chalupu na okraji Kokořínska. Nemusíme ani z Prahy cestovat moc daleko, abychom se ocitli v docela jiném, prostším světě, kde se žije jinak, po venkovsku. Máme to tam rádi. K naší chalupě patří i soused pan Moravec. Čilý důchodce, který se od rána do večera nezastaví. Na zábavu ho člověk neužije, nepije, nekouří, hospoda a ženské ho nezajímají. Když se s ním dáme do řeči, podá nám souhrnnou zprávu o dění, které se za poslední týden v obci událo. Ale jen tak přes plot, snad aby zbytečně neztrácel čas. Na dlouhé řeči si moc nepotrpí, a pokud jde o společnost, vystačí si jen s kamarádem z vedlejší vsi a s rybami v nedalekém rybníku. Ale mnich pan Moravec zase není. Po setmění si všimnete, že okýnka jeho domku září svitem blikající obrazovky. Pravidelně sleduje zprávy v televizi a na sobotu má předplacené noviny. Chce mít přehled nejen o obci, ale i o událostech za humny. Je to prostý člověk, avšak nechybí mu to, čemu se možná nepřesně říká selský rozum. Stane se, že nás pan Moravec občas něčím zaskočí. Třeba tím, že za dlouhých zimních

večerů plete z ovčí vlny barevné šály. Jindy z něj vyleze, že se rád dívá na televizní Poštu pro tebe. Tenhle dědek sice vypadá, že žádné city u něho nemají místo, a najednou bác ho: srdceryvné příběhy a vypjaté scény zatoulaných a znovunalezených dětí, sourozenců, matek a otců ho dojmají a snad i vženou slzy do očí. Vzpomněl jsem si na pana Moravce, když jsem četl odpovědi manažerek a podnikatelek v naší anketě, do čeho dnes nejlépe investovat. Dámy mne překvapily jako náš soused z chalupy. Žádná z nich totiž nedoporučovala garantované finanční produkty, zlato, diamanty nebo umělecké předměty, žádná nemyslela na peníze a hmotné statky. Naopak, všechny jedním dechem mluvily o vzdělání, zdraví, citech a vztazích. Tyto hodnoty považují ženy ošlehané businesssem za nejcennější, o ně se podle jejich názoru především vyplatí pečovat. Proč ale dávám obojí dohromady? Pořad na ČT1 Pošta pro tebe vlastně vypovídá o tom, co se stane, když zanedbáte investice do toho, co je skutečně nejdražší. Když máma dá přednost něčemu jinému, místo aby svůj čas a pozornost rozdělila mezi své nejbližší, později marně lituje. Vidíme, že shledání po letech odloučení je možné, citově sblížení,



natož pak láska, téměř vyloučené. Nejen obrazovka a jmenovaný pořad však je tím zdviženým prstem. Někdy k uvědomění si podstatného a rozlišení důležitého od pomíjivého stačí drobnost – ostřejší výměna názorů doma nebo ve firmě, úraz v rodině,

nezištně podaná ruka v pravém okamžiku. Člověk je chybující. Některé přešlapy se dají napravit, jiné už ne. Ovšem i v těch nejintimnějších vztazích bychom rádi dostali druhou šanci, abychom svá pochybení napravili. Citově podvyživené a zklamané děti, které jsme zranili na duši, mohou odpustit. Omluva, vstřícné gesto mohou pomoci. Ale následky našich činů budou trvat dál. Ženy nad námi chlapy mají navrch v sociální inteligenci. Znají lépe než my pravé hodnoty. A proto bych se vlastně ani neměl divit, co soudí manažerky a podnikatelky o nejlepších investicích. Majetek vám mohou vzít, peníze se rozkutálí, přijdete o práci. Ale to se dá poměrně snadno napravit, když budete opravdu chtít. S pošlapanými city a podlomeným zdravím to jde hůře. I když – i po takové cestě se dá vykročit. Dobra je v nás všech určitě více, než jsme si ochotni připustit. A také tím více investiční pozornosti si zaslouží.

Pavel Kačer

fejeton

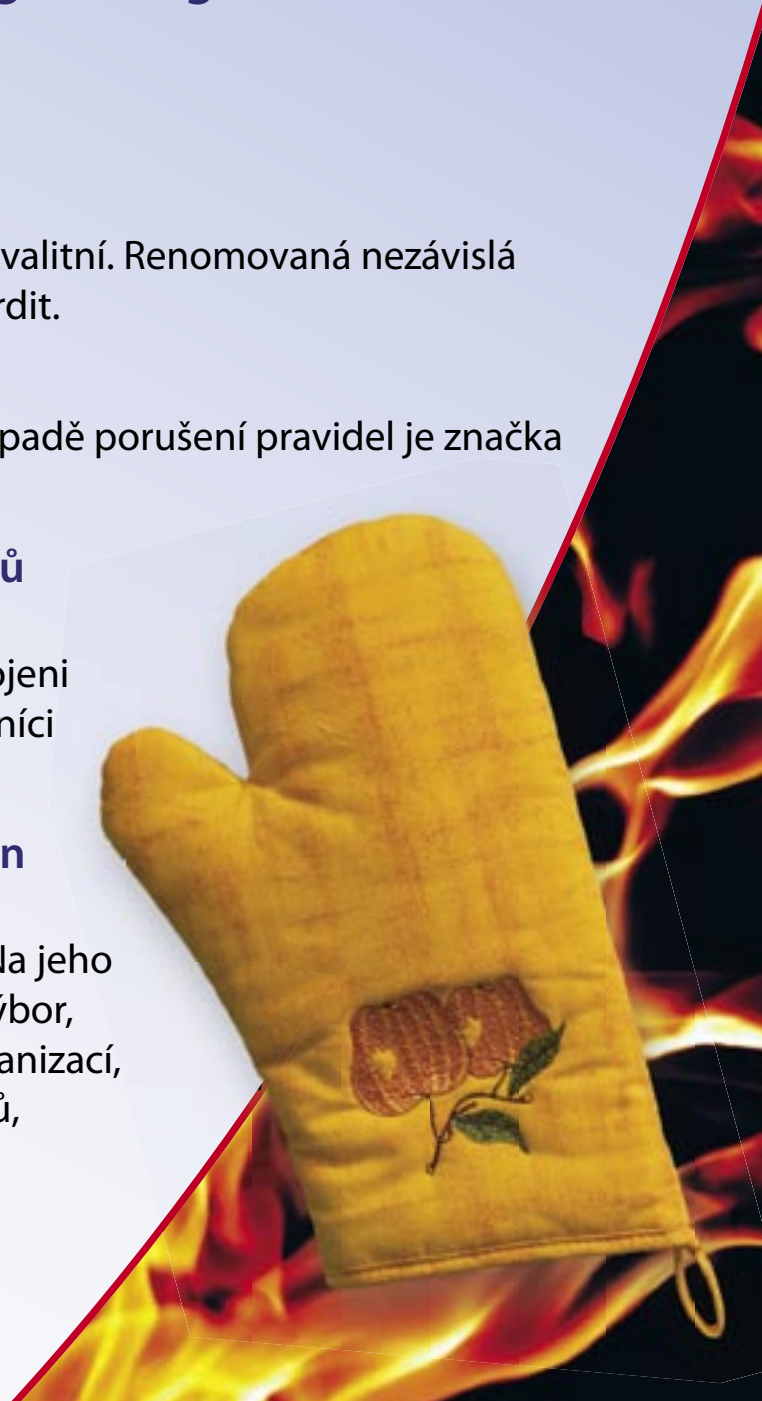


Víte, jak se **nespálit** při výběru zboží a služeb?

Vybírejte produkty označené logem Programu Česká kvalita. Získáte jistotu, že:

- **Výrobek (služba) je kvalitní**
- **Kvalitu ověřila nezávislá zkušebna**
Nestačí, že výrobce prohlásí produkt za kvalitní. Renomovaná nezávislá zkušebna musí jeho kvalitu ověřit a potvrdit.
- **Kvalita je průběžně kontrolována**
Dodržování kvality je kontrolováno. V případě porušení pravidel je značka odebrána.
- **Je ověřována spokojenost zákazníků s výrobkem či službou**
Zákazníci jsou dotazováni, jak jsou spokojeni s výrobkem či službou. Pokud jsou zákazníci nespokojeni, je značka odebrána.
- **Program Česká kvalita je garantován vládou České republiky**
Program byl přijat usnesením vlády ČR. Na jeho objektivitu a nestrannost dohlíží Řídící výbor, složený ze zástupců spotřebitelských organizací, Hospodářské komory ČR, státních orgánů, Rady kvality ČR.
- **Více informací najdete na:**

www.ceskakvalita.cz



ZNAČKY KVALITY PRO SPOTŘEBITELE



Mediální partneři >>>



Radiožurnál
ČESKÝ ROZHLAS 1

Prosperita

EURO FIRMA

Podnikatel
Podnikatelský list pro Českou republiku



Ovládejte svůj produkt on-line

Počátkem letošního března spustil Cetelem své nové internetové stránky www.cetelem.cz. Klienti tak mohou na jednom místě získat detailní informace o nabízených úvěrových produktech společnosti, a navíc prostřednictvím rozšířené Klientské zóny i on-line přehled o všech svých úvěrech.

„Webové stránky pokládáme za jeden z nejdůležitějších komunikačních nástrojů dnešního spotřebitele, proto jsme internetovou prezentaci upravili jak po stránce celkového vzhledu, tak především po stránce uživatelské,“ uvedla Ing. Gabriela Pithartová,

ředitelka Správy komunikace a marketingu. „Cílem je, aby se klient co nejrychleji orientoval a našel vše, co potřebuje,“ dodala G. Pithartová. „Kromě transparentní struktury celého produktového portfolia přináší nový web i řadu oblíbených funkcionalit. Jedná se například o rozcestník, prostřednictvím kterého si klient může vybrat ten nejvhodnější úvěr pro financování svých plánů. Modernizaci prošli i on-line formuláře, které umožňují klientům přímo si zažádat o kreditní kartu či osobní půjčku,“ uzavřela G. Pithartová.

Významná rekonstrukce proběhla také v neveřejné části internetových stránek tzv. Klientské zóně, která se nyní stává dostupnou pro všechny klienty Cetelem s jakýmkoli finančním produktem, ať se týká osobní půjčky, kreditní karty, nákupu na splátky, či Auto-moto úvěru. Každý klient zde získá detailní přehled o parametrech a splácení svých úvěrů, může aktualizovat své osobní údaje apod. Zóna nabízí rovněž mnoho možností pro on-line správu kreditní karty. Klient může



přímo provádět transakce a získávat přehled o všech svých čerpáních, a to vše prostřednictvím unikátní SMS autorizace. Cetelem tak zvyšuje standard poskytovaných on-line služeb a nabízí všem klientům neobvyklý nástroj pro ovládání svého úvěru bez nutnosti navštívit pobočku či volat na zákaznickou linku.

více na www.cetelem.cz

(tz)

Prosperita

Prosperita? Především!
Nic jiného neřeším.

Váš webdesign

Dotkněte se reality

Vyrobíme webové stránky nejlépe vyhovující vašemu podnikání nebo činnosti. Našimi hlavními přednostmi jsou: kreativní design a rychlost samotné výroby i provádění aktualizací. Dbáme na precizní naprogramování, které mimo jiné zaručuje také rychlé načítání v prohlížečích.

Zabýváme se rovněž tvorbou interaktivních řešení. Do nových stránek například budujeme poptávkové a objednávkové formuláře nebo systém pro fungování newsletteru. Kontaktujte nás kdykoli. Poskytujeme komplexní řešení, dovedeme vás k úspěšné prezentaci.

Poskytovatel RIX, s.r.o., Ocelářská 2274 /1, 190 00 Praha 9
Telefon: +420 606 615 609, fax: +420 284 689 063

info@prosperita.info, www.prosperita.info