

OTÁZKA PRO...

Hledání jehly v akademické kupce sena

Mnoho firem dnes řeší problém s nalezením správných studentů/absolventů na absolventské pozice. Jedna strana mince je dostatek kandidátů na danou pozici a druhá věc je jejich odpovídající profil, potažmo kvalita. Samotné množství kandidátů ještě kvalitu nezaručuje. Mnohdy jde o hledání jehly v kupce sena.

Díky stále slabé spolupráci firem a vysokých škol není jednoduché najít tu svou jehlu mezi tisíci absolventy a desetitisíci studenty. AIESEC (z francouzského „Association Internationale des Etudiants en Sciences Economiques et Commerciales“) je mezinárodní, studenty plně řízená organizace s více než padesáti lety zkušeností spolupráce firem a vysokoškolských studentů, a díky tomu nabízí firmám hned několik human resources řešení pro nalezení talentů nejen z mezinárodního prostředí, ale především z toho českého.

Dnes opravdu kvalitní studenti/absolventi (podle nás především s výbornou znalostí minimálně jednoho cizího jazyka, se zahraniční pracovní zkušeností, se samostatností, s kreativitou a flexibilitou) si vybírají svého budoucího zaměstnavatele podle více kritérií, než tomu bylo v minulosti.

Stále více jsou zaměřeni na atmosféru uvnitř firmy, svůj budoucí pracovní tým, svou pracovní náplň a další možnosti, které jim firma nabízí (či nenabízí) a efekt platového ohodnocení tak čím dál více ustupuje do pozadí. Nelze ovšem říct, že tito kandidáti považují plat za nepodstatný. Oni sami totiž znají svou cenu ze svých předcházejících zkušeností.

Jak na to?

Jakou tedy zvolit správnou cestu k nalezení vhodných kandidátů, kteří přicházejí rovnou z akademického prostředí? Čím dál více firem

upřednostňuje cílené oslovení vhodné skupiny kandidátů spojené s přiměřenou prezentací firmy na trhu absolventů, která je zaměřena na seznámení studentů a čerstvých absolventů s dlouhodobou/stálou nabídkou firem v podobě trainee a graduate programů, pravidelných part-time pozic či diplomových prací.

Career Days

AIESEC již více než deset let nabízí společností využití unikátní příležitosti, která spočívá v účasti na job-fairu Career Days. Ten



Ondřej Král, AIESEC ČR

probíhá jednou ročně vždy na jaře a je zaměřen výhradně na studenty a absolventy vysokých škol, převážně ekonomického a technického směru. Právě tato jedinečná a již tradiční dvoudenní akce umožňuje více než třiceti firmám položit základy ve své propagaci mezi studenty a absolventy napříč vysokými školami a obory, a to díky pestrosti přicházejících studentů. Nosným pilířem jsou pro firmy velké prezentace a individuální setkání, jejichž libovolná koncepce umožňuje firmám jednak předávat informace, ale také vést pohovory s kandidá-

ty, nechat je řešit case-study či si pro ně připravit malé assessment centra.

O úspěšnosti tohoto projektu svědčí jednak jeho čtrnáctiletá historie a vysoká návštěvnost studentů, ale především osobní zkušenosti personalistů předních českých i mezinárodních firem, které se každoročně projektu účastní.

Mnoho firem si každoročně díky Career Days nachází své ideální zaměstnance a AIESEC se tak daří naplňovat jeden z jejích cílů v České republice, tj. úspěšně zprostředkovávat kontakt mezi studenty a společnostmi.

Ondřej Král, viceprezident
AIESEC Česká republika

KRÁTCE

Češi jsou v zaměstnání spokojeni

Jak vyplývá z listopadového výzkumu Centra pro výzkum veřejného mínění (CVVM), ve svém zaměstnání je spokojeno 81 % z více než tisíce dotázaných. Výhrady ke své práci měla pětina pracujících. Spokojenost se svým zaměstnáním vyjadřovali častěji lidé s dobrou životní úrovní, vysokoškolským vzděláním a osoby samostatně výdělečně činné. Naopak lidé se špatnou životní úrovní, základním vzděláním a pracující v dělnických profesích, zejména nekvalifikovaní dělníci, byli se svou prací častěji nespokojeni.

Více než tři čtvrtiny respondentů jsou podle CVVM v zaměstnání spokojeny s využitím svých odborných schopností a se zajímavostí své práce. S namáhavostí práce, pracovní dobou a vztahy mezi lidmi na pracovišti je spokojeno přibližně sedm z deseti oslovených. Naopak u možného postupu v práci, platu a jeho případného zvýšení převažovala nespokojenost nad spokojeností. S penězi bylo nespokojeno 58 % dotázaných, možnost přidání skepticky hodnotilo 61 % lidí.

Z pohledu zaměstnanců převládají na pracovištích spíše dobré vztahy. Respondenti situaci na svém pracovišti nejčastěji charakterizovali jako dobrou spolupráci bez osobní blízkosti (52 %). Pětina dokonce uvedla, že převažuje přátelská až důvěrná atmosféra. Pětina považovala vztahy na pracovišti za nepřívětivé, 13 % za chladné a 5 % za napjaté a konfliktní.

Spokojenost s prací a hodnocení vztahů na pracovišti spolu velmi úzce souvisejí. Mezi těmi, kdo jsou se svým současným zaměstnáním velmi spokojeni, 48 % vnímá vztahy na pracovišti jako přátelské až důvěrné a dalších 50 % je charakterizuje alespoň jako dobrou spolupráci bez osobní blízkosti.

Monster přináší změny na trh práce

Společnost jobpilot CZ, která je součástí největší světové služby na on-line trhu práce Monster, představila nové internetové služby, které zajišťují otevření celosvětového trhu práce českým zájemcům o zaměstnání. Rovněž předvedla soubor nových produktů včetně unikátního systému Monster HR Office, který podporuje automatické propojování nabídky volných pracovních míst s poptávkou na trhu práce v ČR, ve většině zemí Evropy, v Severní Americe a v Asii. Monster-jobpilot dnes nabízejí přes milion nabídek práce.

Pražská kancelář společnosti nově poskytuje zaměstnavatelům, personálním společnostem a agenturám práce službu zveřejnění nabídek práce ve všech zemích, které společnost pokrývá, včetně zemí a regionů pokrytých aliančními partnery. Zveřejňuje i nabídky práce výměnou inzerce mezi regiony.

Specifické potřeby českého trhu práce se odrazily ve vývoji aplikací pro správu řízení lidských zdrojů ve společnostech každého typu a velikosti. Základní, libovolně rozšiřitelný nebo redukovatelný modul vlastního softwaru či ASP řešení umožňují například vytvoření a zveřejnění inzerátu, export nabídky práce na vybrané personální servery a firemní stránky zaměstnavatele nebo on-line předvýběr kandidátů.

hotel Skalský dvůr, Lísek u Bystřice nad Pernštejnem

I. modul 25. – 28. ledna 2005
II. modul 1. – 4. března 2005
III. modul 12. – 14. dubna 2005

SIX SIGMA GREEN BELT

Interquality, spol. s r.o., Počernická 96, 108 00 Praha 10
info@interquality.cz, www.interquality.cz

interquality

ŘÍZENÍ LIDSKÝCH ZDROJŮ

Vztah poradenských společností a jejich klientů

Každá organizace potřebuje k zajištění svých aktivit a svého rozvoje dostatečně vydatné a kvalitní zdroje. Obecně deklarován bývá mimořádný význam lidských zdrojů, přičemž v některých organizacích nachází tato deklarace i výrazné skutkové naplnění.

V takových organizacích je rovněž akcentován důraz na promyšlenost, kvalitu a efektivitu práce se zaměstnanci, a to ve všech jejích významných složkách.

Tím vznikají příležitosti pro optimalizaci personálních procesů s využitím ověřených zkušeností i nových inovativních postupů. Rozsah a náročnost takto pojaté personální práce vytváří prostor pro vstup poradenských společností, jež disponují znalostmi a zkušenostmi, které přesahují možnosti personalistů působících v organizacích.

Článek vymezuje základní oblasti možné spolupráce mezi personalisty, či personálními útvary a konzultačními společnostmi, a to jak z pohledu klienta, tak subjektu zajišťujícího příslušný servis.

Kdy hledá personalista podporu poradenských společností a poptává je?

1) Když něco nezná a neumí a je ochoten si to přiznat. Očekávání a požadavky klienta jsou v takovém případě v první řadě zaměřeny na vysokou odbornou úroveň poradenské firmy v oblasti požadovaných služeb.

2) Když nemá dostatek vlastních kapacit. V takové situaci klient obvykle očekává zajištění zvolených aktivit způsobem, který odpovídá standardu a zvyklostem dané firmy.

3) Když potřebuje porovnat personální ukazatele a praxi ve vlastní firmě se situací v jiných firmách ve stejném oboru či regionu. Možnost porovnání je vítanou příležitostí k zamyšlení nad silnými a slabými stránkami personální práce. Ceněna je zvláště reprezentativnost a rozsah poskytnutých informací.

4) Když hledá podporu a zdůvodnění postupu v situacích obtížného rozhodování. Očekávaným přínosem je zvláště poskytnutí dostatečného podkladu pro rozhodnutí a pomoc při jeho zdůvodnění. Efekt spočívá zvláště ve zprostředkování pohledu nezainteresovaného subjektu, stojícího mimo organizaci.

5) Když hledá levnější a účinnější trvalé zajištění personálních činností externím dodavatelem. Nejčastěji požadovanou službou je externí zajištění administrativních personálních činností, které jsou vyčleněny z procesních struktur společnosti. V popředí

očekávání je jak snížení nákladů, tak spolehlivost při zajišťování těchto činností.

Jaké jsou reakce poradenských společností na požadavky personalistů?

Ad 1) Jedná se o nabídku specializovaných služeb a technik, které poskytují podporu při jednorázových a ne často se opakujících činnostech, jako je např. inovace personálních procesů, průzkum spokojenosti zaměstnanců, posouzení úrovně způsobilosti zaměstnanců atd.

Ad 2) Prostor pro možný vstup poradenských firem je zvláště v časové, organizačně a informačně náročných aktivitách, jako je např. nábor zaměstnanců a jejich výběr či „zapůjčování zaměstnanců“.

Ad 3) K těmto účelům jsou vyhledávány poradenské společnosti, které mají přístup k údajům od širokého spektra firem a nástroje pro jejich zpracování a transparentní prezentaci výsledků.

Ad 4) Příkladem tohoto vstupu poradenské firmy jsou situace restrukturalizace, procesní optimalizace či reengineering. Ze šířky záběru takto pojatých konzultačních služeb vyplývá, že personální poradenství tvoří pouze část celkového komplexního řešení. Uplatnění při tom najdou poradenské firmy zaměřené na celkovou podnikatelskou problematiku a filozofii. Pozornost, kterou věnují personálním otázkám, je různá, převážně zaměřená na personální náklady.

Ad 5) Vyčlenění vybraných personálních činností mimo organizaci a jejich trvalé externí zajišťování je velmi významným krokem měnícím způsob personální práce. Výzvou pro personální agentury je zvláště nastavení rozhraní mezi externí dodávkou a firemním prostředím. Tato forma vztahu má obvykle podobu pravidelné a dlouhodobé spolupráce.

Je jen velmi malý počet poradenských firem, které se orientují na všechny výše uvedené aktivity. Za obecný trend je spíše možno považovat prohlubující se specializaci. Ta navíc dovoluje účinněji orientovat klienty nejen na uspokojování jejich aktuálně existujících potřeb, ale vytvářet prostor pro vznik potřeb nových. To je také jedna z cest, jak zvyšovat úroveň řízení lidských zdrojů v organizacích. Cesta, prospěšná pro obě zúčastněné strany.

PhDr. Karel Bröckl, personální a psychologické poradenství
<http://powernet.cz/brockl/>



PhDr. Karel Bröckl

Většina firem využívá poradce

Některou z forem poradenství využívá při svém podnikání 84 % dotázaných firem. Další 12 % uvažuje, že v blízké budoucnosti začne využívat služby konzultantů. Jen 4 % dotázaných firem o spolupráci s poradenskou firmou neuvažují. Vyplývá to z výsledků studie společnosti Capgemini, nazvané Consulting a potřeby manažerů v České republice.

Služeb poradenských společností využívají podle studie stále častěji nejen ty firmy, které jsou na špičce ve svém oboru, ale i ty, které se na vrchol teprve chtějí dostat. „Studie ukázala, že firmy v České republice kladou na poradce vysoké nároky,“ uvedl generální ředitel Capgemini pro ČR Patrik Horný.

Přibližně dvě pětiny společností vyžadují, aby jim byl poradce rovnocenným partnerem v diskusi. Manažeri požadují od poradců také informace o rizicích, která mohou firmu ohrozit. Necelá čtvrtina respondentů považuje za důležité získat od poradenských společností informace o aktuálních trendech v oboru a odhadu jejich vývoje.

Za největší riziko při výběru poradenské firmy považuje 80 % respondentů nízkou kvalitu dodaných služeb. Manažeri hodnotí negativně také nízkou specializaci na konkrétní obory podnikání. Téměř polovina dotázaných manažerů se obává, že jim poradce dodá příliš složitá řešení, se kterými nebudou umět zaměstnanci dále pracovat.

Američané si radši přivstanou



Stále více Američanů začíná pracovní den dříve. Vyhnu se tak přeplněným silnicím a zároveň si odpoledne více užijí

rodiny. Řada zaměstnavatelů zájem o včasnější nástupy vítá, protože věří, že tím získává konkurenční výhodu. Na měnící se pracovní dobu už reagovaly i dopravní společnosti a podniky s rychlým občerstvením.

Mezi 4.30 a 7.30 hod. začíná pracovní den pro 29 milionů amerických zaměstnanců, což je o dva miliony více než před sedmi lety, jak vyplývá z údajů ministerstva práce. Roste také počet lidí, kteří si mohou vybrat pracovní dobu. Zatímco v roce 1992 jich bylo 29 %, dnes je to podle Ústavu pro rodinu a práci 43 % zaměstnanců.

Každý třetí pracující Američan soudí, že flexibilní pracovní doba přispívá k většímu uspokojení z práce, zjistila kalifornská společnost zabývající se personalistikou OfficeTeam. Lidé vstávají před úsvitem především proto, aby rychleji došli do práce. Průměrný čas strávený dopravou do zaměstnání vzrostl podle údajů ze sčítání lidu v roce 2000 za deset let o tři minuty na 25,5 minuty. Především ve větších městech si ovšem vyžádá i

(Pokračování na stránce 3)

MODERNÍ ŘÍZENÍ a PRÁVNÍ RÁDCE

Vyžádejte si zdarma výtisk na ukázkou či předplatné na e-mailové adrese
předplatne@economia.cz nebo na telefonním čísle 233 071 197.

UTVÁŘENÍ OSOBNOSTI

Čí život vlastně žiji? Svůj, anebo jiných?

„V životě jsou podstatné nikoliv znalosti, ale činnost.“ *Thomas Henry Huxley*

Jak využít sílu rozhodování ke zlepšení všech oblastí našeho zájmu a v posledním čísle se nám dostal do ruky mocný nástroj pojmenovaný železná košile, jež dokáže pracovat k našemu růstu či zkáze – návyk.

Jdeme životem a postupně přivýkáme všemu, co děláme, ohodnocujeme veškerou činnost jako atraktivní a pro nás přijatelnou nebo naopak nepřitažlivou a nevyhovující. Co ale způsobuje, že pro mě tak atraktivní a uspokojivá činnost je pro jiného nudná a nezáživná? Čím to, že již od raného dětství se projevujeme jako osobnosti s jasným stylem a touhou dělat pouze určité věci? Bylo v moci našich vychovatelů nám ukázat, co je potřeba dělat, a tak vytvářet návyk na určitou činnost? Určitě ano. Všichni mi jistě dáte za pravdu, že dobrá práce rodičů se nedá ničím nahradit, že jejich postupná nimrodí práce na zdokonalování našich návyků a předávání jejich vidění světa do našeho mozku se nedá opomenout.

Na druhé straně se ale nemohu spokojit s faktem, že jediným měřítkem formování našich návyků a s nimi spojené stupnice zážitků při jejich provádění bylo pouze rodinné zázemí. Své sehrála i škola, kulturní a náboženské prostředí a samozřejmě naši kamarádi. Naše osobnosti se utvářely v prostředí, které jsme si sami nevybrali, a díky němu se přesně definovaly veškeré naše návyky. Nutno říci, že celý soubor těchto předaných informací jsme nasáli z prostředí vytvářeného jinými osobnostmi a jejich světem, který oni sami považovali za správný v lepším případě. V tom horším jsme se již jako mladí jedinci dostávali do situací, kdy předavatel nezládal sám sebe, choval se, jak ani sám nechtěl, a my jako malí a netknutí jsme i tuto věc zformovali jako dobrou díky principu „přirozené autority“.

Princip a jeho funkce

Mozek v době učícího se módu, v době raného dětství, kdy se plní informacemi, nerozlišuje věci špatné a dobré. Přijímá vše, co dostává od lidí, které si sám definuje jako vzor nebo autoritu, s příznakem pravda. Celý systém lidského vědomí je založen na pravdě. Mozek nemůže fungovat, pokud nestojí na základních hodnotách, které si definoval jako pravdivé. Rozbití těchto pravd může vést až k rozdujování osobnosti, což je samozřejmě chráněno emocí strachu a nejistoty. Vše, co nám mozek nabízí, přichází s příznakem „pravda“ a je na nás odhalovat a přiklánět se k tomu či onomu směru. Navíc každý máme definován vlastní systém pravdy, který se nemění a uplatňováním těchto pravd se cítíme

dobře, mozek vyzářil pozitivní emoci na jeviště zážitků – na naše vědomí stavu. Pokud proti sobě stojí dvě pravdy, centrum rozhodování dává přednost té, na kterou je napojena vyšší hodnota emoce. Tak například: tuto práci musím dodělat – pravda, a slíbil jsem, že dnes přijedu domů v sedm, taky pravda. Co vyhraje? Zkuste si sami odpovědět, co přispělo k rozhodnutí.

Vždy při zkoumání těchto jevů mě udivuje skutečnost, do jaké míry jsem to skutečně já, kolik pravd jsem přijal od svých přirozených autorit, díky nimž žiji jejich život, a ne svůj. Nasál jsem do sebe vše, co k mému prostředí patřilo, a nyní prožívám svůj život skrze pravdy a hodnoty mých vychovatelů. K dispozici mám jeden jediný barometr.



Pocit. Jak se cítím, když dané věci dělám? Co prožívám ve své práci a když jdu domů nebo sportovat? Prožívám svůj den a na vše mám okamžitou odpověď, pocit. Nějak se cítím, vše prožívám s určitou dávkou emocí. Pozitivních i negativních, těším se nebo s odporem odmítám

blížíci se činnosti. Jak jsme si již ale minule řekli, kladné pocity nemusí být vždy k našemu dlouhodobému prospěchu.

Nalézt řešení

Jaký je tedy klíč k dlouhodobému životu s příjemnými pocity? Za prvé, vzdělání ve čtyřech oblastech, práce, vztahy, peníze a zdraví. Poznání správného jednání v těchto okruzích nás vede k správnému rozhodování, což dlouhodobě přináší plnější život bez deprese. Za druhé sebepoznání, jež vede k jasné profilaci sebe sama, bez uplatňování filtrů z minulosti typu, co by se mělo. Zde objevujeme zcela novou osobnost, zakuklenou ve snech a přáních, toužící se projevit již celá léta, jež kvůli naučeným metodám projevu nebyla puštěna ke kormidlu rozhodování. Její požadavky byly totiž často velmi riskantní, finančně neúnosné a již samo přemýšlení nad její cestou mě přivádělo do slabosti. Tato skrytá osoba, jež nemá nic společného s výchovou a není v žádném případě kopií našich zroditelů, je naším skutečným já. Její originalita je jasná v rodinách s více dětmi, nejlépe trojčaty. Stejní rodiče, stejná výchova, stejné prostředí, stejné vedení k návykům, ale zcela jiné sny, zcela jiné životní cíle a projevy.

Právě jsme se dopátrali dvou osobností v životě každého jednotlivce. Té naučené z dětství a té jakoby vrozené, žijící si vždy po svém, nezávislé na převzatých filtrech. Jistě si vzpomínáme na nekonečný rozhovor, vedený již od dětství v nás samých o své ideální práci, o snu, co budu jednou určitě dělat. O svém ideálním životním partnerovi, o jeho kráse a schopnostech. O množství vydělaných peněz a

(Pokračování na stránce 4)

(Pokračování ze stránky 2)

přes hodinu a půl. Texaský Dopravní ústav spočítal, že silniční zácpy stojí Spojené státy na ztrátě produktivity a zbytečně spáleném benzínu ročně 63 miliard dolarů.

Kvůli dopravě promarnili Američané v roce 2002 zhruba 3,5 miliardy hodin a bezúčelně vynaložili přes 215 miliard litrů pohonných hmot. V obou případech je to zhruba pětkrát více než v roce 1982.

PERSONÁLIE

• Vedení **České exportní banky** jmenovalo do nově vytvořené funkce personální ředitelky **Ľubicu Ferencovou** a na post ředitele vnitřního auditu banky dosadilo **Jiřího France**. Ľubica Ferencová od roku 1997 pracuje v oblasti řízení lidských zdrojů a praxi získala zejména v mezinárodních výrobních společnostech. Jiří Franc v roce 1992 stál u zrodu Burzy cenných papírů Praha a v letech 1992 až 1998 byl jejím generálním tajemníkem.

• Od února 2005 bude mít **Plzeňský Prazdroj** nového generálního ředitele **Mika Shorta**, který doposud vede sesterský pivovar Dreher v Maďarsku. Po téměř dvouletém působení opustí Prazdroj **Steve Woodward**, který převeze v 1. čtvrtletí vedoucí post v rámci globálních operací mateřské firmy **SABMiller**.

• Novým výkonným ředitelem pro marketing **Českého Telecomu** se stal **Simon Anthony Burckhardt**. Má bohaté zkušenosti z oblasti marketingu, strategie a komunikace v sektoru telekomunikací a informačních technologií. Před příchodem do Českého Telecomu působil dva roky jako ředitel poradenské společnosti ROUTE 30, rok a půl byl marketingovým ředitelem firmy Charity Blue. Simon Burckhardt působil sedm let (1994-2001) ve společnosti British Telecom, kde postupně zastával manažerské pozice se zodpovědnostmi za marketing a komunikaci, strategické plánování a rozvoj BT v Evropě. Ve funkci výkonného ředitele pro marketing nahradí **Davida Duroně**, který z firmy odešel k 30. listopadu 2004. Představenstvo firmy rovněž rozhodlo o jmenování **Martina Beka**, výkonného ředitele provozní divize společnosti **Eurotel Praha**, jednateltem Eurotelu. Martin Bek se stává třetím jednateltem Eurotelu a v této pozici de facto nahradí **Pavla Klimuški**, který na své působení ve skupině Český Telecom rezignoval.

• Novým ředitelem české pobočky společnosti **SAS** byl jmenován **Petr Zavoral**. Ve své pozici nahradí dosavadního ředitele **Zdeňka Pance**. Před nástupem do SAS byl Petr Zavoral obchodním ředitelem pro prodej řešení ve společnosti Oracle Czech. Předtím pracoval ve společnosti KPMG v Kanadě a v ČR.

• Komunikační tým **GE Capital Bank** posílila manažerka interní komunikace **Šárka Samková**. Koordinuje aktivity spojené s interní komunikací v rámci firmy v ČR a SR. Převzala odpovědnost za interní komunikaci firemních témat, produktových kampaní či projektů. Její součástí je např. firemní časopis **GEnerace**. Šárka Samková předtím pracovala čtyři roky v ABN AMRO Bank jako manažerka komunikace pro ČR.

(Pokračování ze stránky 3)

o kráse, kterou se jednou obklopím. A o svém nádherném, nestárnoucím těle, vždy plném energie.

S přibývajícím věkem a se stále uplatňujícími návyky z doby výchovy se stále více lidí nedokáže zbavit té své staré košile a pustit ke kormidlu toho zakukleného snáře. Dát mu řízení našeho osudu a zbavit moci všechny

staré návyky z dětství, stejně pouze převzaté od jiných. Nadešel čas se postavit na své vlastní skutečné nohy, přestat se bát a vykročit cestou realizace sebe sama. Poznání již máme a strach překonáme určitě společně již v příští lekci. Jak? Vedením vnitřního rozhovoru se sebou samým.

Ing. Aleš Kalina
kalina@koucink.cz

PRÁVNÍ PORADNA

Nepožívejte alkohol na pracovišti ani po pracovní době

Zajímalo by nás, jak je to s požíváním alkoholických nápojů po pracovní době na pracovišti.

Wilma Kotrbová, Ostrava

Odpověď na váš dotaz nalézáme přímo v zákoníku práce, konkrétně v ustanovení § 135 odst. 4. Podle něj platí, že každý zaměstnanec je povinen dbát podle svých možností o svou vlastní bezpečnost, o své zdraví i o bezpečnost a zdraví osob, kterých se bezprostředně dotýká jeho jednání, případně opomenutí při práci. Zaměstnanec je podle písm. e) citovaného ustanovení zejména povinen nepožívat alkoholické nápoje a nezneužívat jiné návykové látky na pracovištích zaměstnavatele a v pracovní době i mimo tato pracoviště, nevstupovat pod jejich vlivem na pracoviště zaměstnavatele a nekouřit na pracovištích, kde pracují také nekuřáci.

Zákaz požívání alkoholických nápojů se nevztahuje na zaměstnance v horkých provozech, pokud požívají pivo se sníženým obsa-

hem alkoholu, a na zaměstnance, u nichž požívání těchto nápojů je součástí plnění pracovních úkolů nebo je s plněním těchto úkolů obvykle spojeno.

Zákaz požívání alkoholických nápojů je tedy vymezen jednak časově (v pracovní době vždy bez ohledu na to, na kterém pracovišti zaměstnanec je, ale i mimo pracoviště), jednak i věcně (na pracovišti vždy, a to i po pracovní době).

Zákoník práce tedy staví mimo zákon i oslavy na pracovištích konaných po pracovní době, tudíž jsou zakázané a záleží jen na vaší benevolenci k jejich konání.

Navíc, podle písm. g) citovaného ustanovení je každý zaměstnanec povinen podrobit se na pokyn vedoucího zaměstnance stanoveného v pracovním řádu zjištění, zda není pod vlivem alkoholu nebo jiných návykových látek.

JUDr. Hana Rýdlová
šéfredaktorka časopisu Právní rádce



Náhrady výdajů při zahraničních pracovních cestách

Neustálé rozšiřování mezinárodních obchodních vztahů s sebou nese samozřejmě i nárůst počtu pracovních cest zaměstnanců i dalších osob do zahraničí. Nelze spravedlivě požadovat, aby si výdaje hradili zaměstnanci sami. Proto jim zákon při splnění stanovených podmínek přiznává určité náhrady, jejichž účelem je, obecně formulováno, krytí právě zvýšené (pozor, že pouze zvýšené) výdaje vznikající v příčinné souvislosti s pracovními cestami.

Stejně jako pro tuzemské, tak i pro zahraniční pracovní cesty upravuje a stanoví rozsah náhrad cestovních výdajů, tj. jednotlivé jejich druhy, podmínky pro jejich přiznávání a jejich výši pro zaměstnance zákon č. 119/1992 Sb., o cestovních náhradách, ve znění pozdějších předpisů, a specifika platná jen pro zahraniční pracovní cesty pak jeho část třetí. Jedná se jednak o náhrady nárokové, tj. takové, které musí zaměstnavatel zaměstnancům při splnění zákonem stanovených podmínek vždy přizná-

vat, jednak o náhrady fakultativní (dobrovolné), které přiznává zaměstnavatel pouze podle vlastního uvážení, a tudíž záleží pouze na něm, zda je přizná, či nikoliv.

Nárokové cestovní náhrady pro zahraniční pracovní cesty stanoví citovaný zákon v několika ustanoveních a jsou to: náhrada prokázaných jízdních výdajů [§ 4 písm. a)], náhrada prokázaných výdajů za ubytování [§ 4 písm. b)], stravné (§ 12) a náhrada prokázaných nutných vedlejších výdajů [§ 4 písm. d)].

Současně předmětný zákon stanoví i fakultativní náhrady při zahraniční pracovní cestě: kapesné (§ 13) a náhrada za cesty k návštěvě rodiny (§ 11).

Více se dočtete v článku JUDr. Marie Salačové „Náhrady cestovních výdajů při zahraničních pracovních cestách v praxi“ v Právním rádci 1/2005, který vyjde 26. ledna, nebo na www.PravniRadce.cz.

• Generálním ředitelem distribuční společnosti **Východočeská energetika** se od počátku prosince stal **Pavel Filipi**, který byl dosud výkonem nejvyšší funkce jen pověřen. Na jeho místo technického ředitele nastoupil **Michael Schmid**.

• Novým členem představenstva společnosti **Karbon Invest** je šéf společnosti Patria Finance **Michael Jasanský**. Ve skupině, která se připravuje na privatizaci polských dolů, bude Jasanský odpovědný za fúze a akvizice. Na Jasanského místo v čele Patria Finance nastoupí podle informací serveru Euro Online dosavadní člen představenstva **Jan Klenor**. V Patria Finance pracuje od roku 1996. Od počátku svého působení byl v rámci představenstva skupiny zodpovědný za obchodování s cennými papíry a zároveň byl tvůrcem a realizátorem investičního portálu Patria Online. Jasanský je od ledna 2002 předsedou dozorčí rady a generálním ředitelem makléřské firmy Patria. Od téhož roku je i místopředsedou Burzy cenných papírů Praha. Ze všech dosavadních statutárních i exekutivních pozic odstoupil s platností k 31. prosinci 2004.

• Auditorské služby společnosti **PricewaterhouseCoopers** v Brně a Ostravě bude řídit **Marek Richter**. Richterovou hlavní specializací je poskytování auditorských služeb především klientům z odvětví průmyslové výroby, maloobchodu a spotřebního zboží. Richter je členem Mezinárodní asociace certifikovaných účetních (ACCA) a auditorem registrovaným v Komoře auditorů České republiky.

• Do **GE Capital Bank** byl v prosinci jmenován nový finanční ředitel **Christoph Glaser**. Vystřídal **Soniú Slavtchevu**, která bude nyní finanční ředitelkou **GE Money Services** se sídlem v americkém Stamfordu. Glaser působil od roku 1999 jako výkonný manažer auditu v korporátním auditu GE. Do skupiny GE přišel v roce 1997 v rámci Programu rozvoje evropských manažerů, kdy nastoupil přímo do divize do GE Consumer Finance.

• Nové představenstvo má od ledna 2005 **Českomoravská hypoteční banka** (ČMHB). Dozorčí rada společnosti totiž jmenovala dva nové členy představenstva, **Petra Hlaváče** a **Tomáše Broučka**, třetím v představenstvu je jeho současný předseda Jan Sadil. Tomáš Brouček bude mít v bance na starosti finance a IT. Petr Hlaváč, který bude zodpovědný za oblast úvěrů a rizik, nastoupí 17. ledna 2005. Oba noví členové v představenstvu nahradí **Petra Ondrušku** a **Rudolfa Kostku**.

Newsletter HR manažer vydává **Economia, a.s.**, spolu s personální a poradenskou firmou

HOFÍREK CONSULTING

www.hofirek.cz

Chcete-li odebrat newsletter HR management, napište na: pdf.HRmanagement@economia.cz.