

HRM line

9. 12. 2005
číslo 22

ELEKTRONICKÝ NEWSLETTER MĚSÍČNÍKU HUMAN RESOURCES MANAGEMENT
VYDÁVÁ ECONOMIA, A.S., V EXKLUZIVNÍ SPOLUPRÁCI S HOFÍREK CONSULTING

OTÁZKA PRO...

Jak jsme s dětmi malovali bezpečnost

Když péče o pracovní podmínky, bezpečnost a zdraví zaměstnanců patří k prioritám firmy a každá nová aktivita v této oblasti je podpořena managementem, stává se občas, že máte pocit, jako by veškerá vaše inspirace byla vyčerpána. Latka je nastavena vysoko a zaměstnanci očekávají, s čím novým zase přijdete. Oblastí neomezených možností je školení v BOZP formou osvěty. Ve strojírenské firmě, kde hlavním materiálem je ostrý plech a technologií složitý stroje, je běžné, že přes veškerou snahu vždycky někdo podcení riziko a vysněný cíl – rok bez úrazu – je v nedohlednu. A většina poranění je právě důsledkem neopatrného chování.

Osvěta k bezpečnému chování je u nás dnes už denní samozřejmostí. Musíme ji však jednou za čas něčím neobvyklým oživit, abychom přiměli zaměstnance k zamyšlení se nad tím, že zdraví mají jenom jedno. Navíc každý pracovní i nepracovní úraz je může připravit o část výdělku, nebo dokonce o jistotu zaměstnání, pokud má nějaké následky. Také dopady na rodinný život jsou nezanedbatelné. Když máma nebo táta jsou práce neschopní, těžko jejich ratolest chápe, proč najednou nejsou v takové pohodě jako jindy. Proč s nimi nemohou jet na slíbený výlet nebo sportovat. Možná proto, že se poranili kvůli chvilce nepozornosti.

Od myšlenky k činu

Děti! Napadlo nás, že by nám právě děti mohly s osvětou pomoci. A ony nás příjemně překvapily. V červnu jsme vyhlásili prázdninovou soutěž „Namaluj bezpečnost“. Vyzvali jsme zaměstnance, aby doma nabídli dětem, vnoučatům nebo dětem z okolí možnost namalovat obrázek na téma, jak si představují bezpečnou práci ve firmě Impress. Mohli si půjčit školicí videoprogram „Rizika Impress“, který má humorný nádech a přitom je zdrojem inspirace přímo z provozů. Záměrem bylo, aby doma s dětmi o své práci hovořili, odpovídali na jejich otázky a tak se nad svým bezpečným (či nebezpečným?) chováním zamysleli. V této fázi jsme ale zaměstnancům zatajili, jaký máme s obrázky jejich dětí záměr. Věděli jen, že všechna dílka budou vystavena a odměněna a ta nejlepší budou použita k další osvětě.

Všechno nové je vždycky přijímáno s určitou nedůvěrou. Počítali jsme i s tím, že akce může skončit neúspěchem. V době uzávěrky se sešlo dost obrázků na to, abychom mohli soutěž ukončit, ale některé z nich byly podobné, takže jich vlastně bylo málo na uskutečnění záměru, pro který jsme celou akci realizovali. Po prodloužení termínu uzávěrky stále nebylo dost vhodného materiálu. Ani na chvíli jsme neuvažovali původní myšlenku vzdát. Ale co dál?

Spolupráce se školou

Místní základní škola! To je přece obrovský zdroj dětské fantazie! Navíc to pro nás byla možnost ukázat místním dětem, jak vypadá práce ve výrobním závodě, v jehož blízkosti žijí. Bylo to správné rozhodnutí. Díky panu řediteli a jedné z učitelek jsme najednou měli na stole téměř šedesát obrázků, z nichž bylo patrné, že děti naši nabídku přijaly s nadšením. Nechaly se inspirovat filmem, ukázaly, jak umějí být pozorné, a zjevně je oslovily důležité momenty, které souvisejí s bezpečným či rizikovým chováním na pracovištích. Mezi autory byly také děti našich zaměstnanců. Takže i když nepřišli na začátku rodiče za nimi, přijdou možná teď jejich děti samy a zeptají se: „Jestlipak se, mámo a táto, chováte v práci bezpečně?“

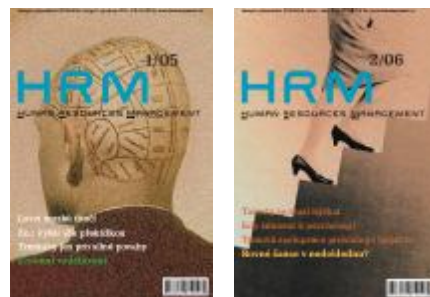
Myšlenka je realitou – máme vlastní kalendář

Dnes už mají děti svoje dárečky a vystavené práce v naší vstupní hale. A my brzy představíme vlastní kalendář na rok 2006. Celý je sestaven z nejlepších dětských prací a doplněn vtipnými texty s tematikou bezpečnosti práce a požární prevence. Humoru přece není nikdy dost. Bude to na konci roku dárek pro všechny naše zaměstnance a měl by je po celý další rok inspirovat k obezřetnému chování nejen v práci. Jako památku ho také dostanou děti – autoři použitých obrázků. Nakonec jsme dosáhli ještě víc, než jsme na počátku chtěli. Dnes téměř každé dítě v okolí ví, co je firma Impress, co vyrábí a jak.

Helena Futerová
personální ředitelka
Impress, a.s., Skřivany

HR Management

Nový časopis
pro efektivní řízení
lidských zdrojů



- HR strategie
- Recruitment, motivace a vedení, hodnocení a odměňování, rozvoj a vzdělávání
- Sociální aspekty řízení lidských zdrojů, zaměstnanecké vztahy, pracovní prostředí, ergonomie
- Finanční řízení v HR
- Informační technologie pro HR management

Pro předplatitele časopisů Moderní řízení,
Finanční Management a
Právní rádce sleva 30 procent.

Více informací a ukázkové číslo
ZDARMA na tel.: 800 110 022 nebo na
www.ManagerWeb.cz.

KRÁTCE

Junior Achievement učí podnikat

V rámci projektu Junior Achievement studenti z více než stovky středních a vyšších odborných škol ze všech koutů ČR zakládají svůj první podnik. Je důležité zdůraznit, že studenti realizují skutečný podnikatelský zájem – produkují výrobky, poskytují služby. Ať už hledají své zákazníky na půdě vlastní školy (například školní bufety ...), nebo mimo školu (třeba cestovní kanceláře, výroba oděvních doplňků, dekorací ...), vždy se učí spolupracovat v týmu, převzít zodpovědnost, uplatňovat kreativní myšlení, řešit konflikty nebo komunikovat. Získávají tedy dovednosti, které jim žádná učebnice nemůže zprostředkovat.

Vzdělávací metodika Junior Achievement zlepšuje praktické ekonomické vzdělání mladých a rozvíjí v nich podnikavost i cílevědomost, aby se v rychle měnícím globálním prostředí dokázali prosadit. Studenti programů Junior Achievement se učí poznávat hodnotu a funkci peněz a především dobře hospodařit s vlastními prostředky. Zároveň se seznamují se zákonitostmi podnikání a trhu práce a praktickou formou se připravují na svou budoucí kariéru. Studentské společnosti patří k nejstarším a dodnes nejúspěšnějším projektům z bohaté struktury výukových programů, které Junior Achievement u nás i ve světě nabízí. Více informací najdete na www.jacr.cz.

*Příjemné prožití vánočních
svátků a hodně úspěchů
v nadcházejícím roce vám přeji
Economia, a.s.,
a HOFÍREK CONSULTING*

EVROPSKÁ UNIE

Personální poradenství v norském stylu

V rámci evropského projektu Leonardo da Vinci sedm našich konzultantů navštívilo naše partnerské organizace v Německu, Rakousku, Finsku, Norsku, Švédsku, Francii a Velké Británii. Účelem bylo prohloubit spolupráci s partnerskými organizacemi a získat celistvější obraz o fungování personálního poradenství v cizích zemích. „Mojí“ zemí bylo Norsko.

O Norsku

Přestože mnozí čtenáři Norsko znají, uvedu alespoň základní fakta: Norské království se rozkládá na cca 330 tis. km², má cca 4,5 mil. obyvatel, z toho v hlavním městě žije 0,5 mil. Norsko je historicky spíše chudou zemí, které bylo pod nadvládou Dánska (300 let bylo jeho součástí) a později Švédska. Norské království jako samostatný stát vzniklo v r. 1905. Zdrojem obživy bylo převážně zemědělství a rybolov (zejména velryb).

Ropa

V r. 1969 byla objevena první naleziště ropy, která se od 70. let těží, a stále se nalézají nové zdroje. Ropa samozřejmě významně poznamenala vývoj hospodářství. Norové oceňují především sociální zajištění obyvatelstva – výnosy z ropy směřují do speciálních fondů a vláda má přísná omezení s nakládáním s těmito zisky. Norové mají v podstatě zajištěný sociální systém v současném standardu na minimálně další tři generace. Podobně jako v jiných skandinávských zemích je to systém až socialistický – vysoké sociální dávky a podpora v nezaměstnanosti, státem hrazené zdravotnictví a z velké míry i školství ap. Na druhou stranu jsou Norové zatíženi vysokými daněmi, zvláště vysoká je spotřební daň na alkohol, tabák a automobily. Negativním vlivem ropného průmyslu je odliv „mozků“ do ropných nalezišť a s tím související a prohlubující se odliv jiných průmyslových odvětví, zejm. výroby. Většina spotřebního zboží se importuje.

Partneři

Naším norským partnerem je společnost Personal Utvetgelse-Search & Selection se sídlem v Oslu a další kanceláři v Tonsbergu. Patří mezi top 10 lokálních poradenských společností, poskytuje služby v oblasti executive search a také výběru kandidátů na základě inzerce. Je na trhu již přes 20 let a na jejím fungování se dají ilustrovat některé typické znaky. Podobně jako většina společností tohoto typu se jedná v podstatě o rodinnou společnost spíše konzervativního rázu. Majitelé a zároveň senior konzultanti si za dobu působení vybudovali řadu kontaktů, znají převážnou část topmanažerů v Oslu, do detailu si pamatují historii jednotlivých společností a dobře znají i svou konkurenci (se kterou každoročně zápolí při přátelských sportovních utkáních). Žádný z jejich realizovaných obchodů není na principu success base, ať už se jedná o projekty přímého vyhledávání nebo výběru kandidátů

z inzerce a databáze. Pokud si klient objedná službu výběru kandidátů z databáze či inzerce, hradí nejen inzerce, ale je stanovena i fixní částka na celý projekt podle jeho rozsahu, ať již je výsledek jakýkoli. V případě, že vhodný kandidát není tímto způsobem nalezen, přechází se k projektu přímého vyhledávání. Projekt je vždy realizován exkluzivně. Jde o silnou tradici, která je srovnatelná s poradenstvím v jiných oblastech – právu, ekonomii, manažerském poradenství atd. Pro společnosti tohoto typu by bylo „ostudné“ pracovat „zdarma“.

Přiliv agentur

V posledních letech dochází k přílivu nadnárodních personálních agentur, které nabízejí i služby na principu success base a postavují „tradičních“ personálních poradenských společností ohrožují, zvláště co se týče obsazování pozic do úrovně středního managementu.

Služby nadnárodních společností jsou podobné naší tradici (koneckonců zde tuto tradici spoluuročovaly), inzerce v tisku obvykle hradí klient, další náklady jdou za dodavatelem, vrátí se mu jen v případě, že klient přijme jím doporučeného kandidáta. „Tradiční“ společnosti se tomuto tlaku brání hlavně argumenty o kvalitě služeb (leckdy oprávněnými) a „hraji“ také na ješitnost klientů: „Vaše firma přece nemůže spolupracovat s agenturou tohoto typu“. Je samozřejmě otázka, jak se konkurenční boj bude vyvíjet nadále.

V Norsku je velmi silná tradice tištěné inzerce, každý správný Nor (kromě toho, že holduje zimním sportům) si po nedělním obědě prolistuje přílohu Zaměstnání, která má v průměru 40 stran. Ostatní média jsou využívána jako doplněk, ovšem i zde je to trochu otázka cti – být vidět každý týden v inzerce je pro tradiční společnosti součástí PR.

Skandinávská spolupráce

Typická je i spolupráce s ostatními skandinávskými státy. Norové, Švédové a Dánové si bez problému rozumějí, finština spadá do jiné jazykové skupiny, ale s pomocí angličtiny a silné komunity finských Švédů se vesele obchoduje napříč celou Skandinávií. Norové na tuto spolupráci mají dokonce vtíp, který ilustruje jejich obavy z odlivu výroby a nadprůměrného importu a podtrhuje domény jejich sousedů: Finové vymýšlejí a navrhují, Švédové vyrábějí, Dánové prodávají a Norové kupují...

Pokud bych měla shrnout svoje pocity z norské stáže do několika slov, byla by to zřejmě – preciznost, tradice a etika. Týká se to nejen jejich postupů v recruitmentu, které jsem měla možnost vidět, ale i celkového přístupu k obchodu, přírodě a tradicím Norského království.

Tento projekt byl realizován za podpory Evropského společenství.

Jana Kořínková
HOFÍREK CONSULTING

Vrchol kariéry v ČR ve 37 letech

Zatímco v Česku dosáhne 57 % mladých lidí vrcholu kariéry do 37 let, ve Velké Británii je to jen 13 %. Vyplývá to z internetové ankety společností Capgemini a Mather mezi 150 manažery z ČR, Maďarska, Velké Británie,



Německa a Francie. Téměř tři pětiny z nich míní, že mladí lidé se v zaměstnání nyní prosazují více než v minulosti.

Vrcholu kariéry do 37 let dosahují mladí lidé podle 50 % dotázaných manažerů z Maďarska, 37 % dotázaných z Francie

a 30 % dotázaných z Německa. Trend nástupu mladých úspěšných osob je tedy pocíťován výrazně více v postkomunistických zemích, v tradičních ekonomikách je patrný spíše v souvislosti s rozvojem moderních technologií a v menší intenzitě, řekl ředitel Capgemini Patrik Horný.

Častější prosazení mladých vnímají nejvíce oslovení zástupci Maďarska (83 %) a Česka (71 %). Němečtí respondenti měli tento názor v 61 %, Francouzi v polovině případů. Britů se podepsalo pod tuto tezi 37 %, ale 41 % z nich nepocítilo v této oblasti žádnou změnu. Tento fakt průzkum přisoudil malým strukturálním změnám v tamním průmyslu a pomalejšímu nástupu moderních technologií.

Celkem 59 % oslovených zastává názor, že mladí se prosazují nejčastěji v mezinárodních organizacích a společnostech. Z řady vybočuje pouze Německo, kde se více než polovina dotázaných manažerů domnívá, že se mladí uplatňují nejlépe v místních německých organizacích a firmách.

Nejčastějším benefitem stravenky

Nejčastější tuzemskou zaměstnaneckou výhodou zaměstnanců firem i státu jsou stravenky. Svým lidem je dává 70 % soukromých firem a 94 % státních organizací. Výhody svým zaměstnancům poskytuje dokonce 99 % veřejných a státních institucí a 88 % soukromých firem. Vyplývá to z průzkumu, který si nechala vypracovat společnost Sodexo Pass. Odpovědělo v něm přes 7000 zaměstnavatelů.

U soukromých firem je druhou nejčastější výhodou penzijní připojištění, na které přispívá 36 % firem, víc než čtvrtina firem nabízí vzdělávání a jazykové kurzy. To téměř odpovídá preferencím samotných zaměstnanců.

Tři čtvrtiny rozpočtových a příspěvkových firem přispívají zaměstnancům na kulturu a 70 % podporuje rekreaci. Tento rozdíl vyvolává podle průzkumu existence Fondu kulturních a sociálních potřeb, který musí státní organizace podle zákona povinně vytvářet.

Celková částka, kterou vydávají zaměstnavatelé na výhody, se u státních a soukromých organizací liší. Soukromé firmy vydávají měsíčně něco mezi 300 a 3000 Kč na zaměstnance, u státních organizací je tato průměrná částka nižší.

LIDSKÉ ZDROJE

Outsourcing lidských zdrojů z pohledu zaměstnavatele

V posledních letech se i v České republice začal úspěšně rozvíjet outsourcing lidských zdrojů, který klientům umožňuje věnovat se naplno hlavním činnostem svých společností a personální otázky přenechat na specializovanému outsourcerovi – pracovní agentuře. Na rozdíl od zažitého outsourcingu např. úklidu nebo ostrahy by u HR outsourcingu mělo jít o dlouhodobější strategii, která by řešila problémy klienta v oblasti lidských zdrojů komplexně a jež by zabránila častým změnám v koncepci prováděného outsourcingu.

Outsourcing lidských zdrojů nabízí možnost řešit personální otázky hned v několika stupních. Například tzv. čistý personální leasing znamená, že si podnik objedná u agentury práce zaměstnance, který je v pracovním poměru v agentuře, ale práci vykonává ve prospěch zákazníka. Pokud se ukáže, že klient má o pracovníka zájem, může využít službu try and hire čili „vyzkoušej a vem“. Služba spočívá v tom, že si klient během dohodnuté doby zaměstnance testuje a zkouší, a pokud se rozhodne pracovníka přijmout do svého kmenového stavu, agentura mu to samozřejmě umožní.

Produkt zvaný payroll nebo také takeover pak znamená, že agentura práce převezme dosavadního zaměstnance zákazníka, a ten dále pro zákazníka pracuje v zásadě za stejných podmínek a ve stejné práci jako doposud.

Kromě těchto základních služeb nabízejí kvalitní pracovní agentury např. organizaci náborových kampaní nebo předvýběr vhodných uchazečů a kombinují veškeré služby do „skládačky“ podle požadavků svého klienta.

Užitná hodnota

Proč je vlastně využívání pracovních agentur pro společnosti výhodné? Pokud odhlédneme od již zmíněného důvodu, že využití pracovní agentury klientovi uvolní ruce k práci na činnosti, která jeho společnost „živí“, můžeme zmínit nárazovost výroby a její výkyvy během roku. Agenturní zaměstnanec je mnohem flexibilnější pracovní silou než zaměstnanec kmenový, působí v podniku jako silný motivátor a zefektivňuje práci a výkonnost kmenových pracovníků.

Kromě již zmíněných výhod, které vyplývají z outsourcingu lidských zdrojů, nabízejí velké a stabilní společnosti i komplexní péči o své zaměstnance, jejichž spokojenost v zaměstnání je velmi důležitým faktorem. Jednou z takových

společností je i pracovní a personální agentura KAPPA People, a.s., která se před několika týdny majetkově propojila s rakouskou personální agenturou Trenkwalder Personaldienste A. G. (současný obchodní název je Trenkwalder KAPPA people, a.s.) a upevnila si tak své dominantní postavení na trhu České republiky. Zaměstnanci této společnosti mají možnost pravidelně kontaktovat zástupce pracovní agentury, řešit s ním své problémy a získávat informace o změnách v pracovněprávní oblasti.

V rámci společnosti jsme schopni řešit i problémy, které jsou způsobeny nejen strukturální nezaměstnaností, ale vyvolává je také tradiční nízká mobilita české pracovní síly. V rámci



projektu Získej práci, na který jsme dostali grant z evropského fondu Phare, se společnost zaměřuje na snížení nezaměstnanosti v Moravskoslezském kraji prostřednictvím svého Centra služeb zaměstnanosti v Ostravě. Uchazeči o zaměstnání je zde poskytnut tzv. balíček služeb „all inclusive“. To znamená, že kromě nabídky práce je mu umožněno vypracovat si svůj osobní pracovní profil v systému Jobtip, prostřednictvím kterého zjistí svůj pracovní potenciál a na základě tohoto výsledku mu pak konzultantka snadněji vyhledá vhodné zaměstnání. Pokud je zájemci nabídnuto místo mimo region jeho trvalého bydliště, zajistí mu společnost ubytování, pomůže mu s dopravou a stravováním. Za každého uchazeče vyřídí konzultantky nezbytnou administrativu spojenou se získáním nového zaměstnání.

Jaká je vlastně budoucnost pracovních agentur? Na tuto otázku nám odpověděl Jan Kozina, představitel společnosti Trenkwalder KAPPA people, a.s.: „Pokud si budoucnost představujeme jako naše přibližování vyspělým státům Evropské unie, pak je zřejmá docela dobře: Čeká nás větší podíl agenturní práce na celkovém pracovním trhu a její význam pro podniky poroste. Jsme rádi, že můžeme být při tomto vývoji a napomáhat zaměstnancům najít si svou roli na trhu práce i nabízet podnikatelům spolehlivá, flexibilní a přitom úsporná opatření v lidských zdrojích.“

Projekt Získej práci je spolufinancován Evropskou unií a rozpočtem České republiky.

Ing. Jana Ženčová
Marketing Manager

Trenkwalder KAPPA people, a.s.

Newsletter HRM line

vydává společnost Economia, a.s., ve spolupráci s personální a poradenskou firmou

HOFÍREK CONSULTING

www.hofirek.cz

Chcete-li odebrat newsletter HRM line, přihlaste se na www.economia.cz/newsletter.

PERSONALIE

• Předseda auditorské a poradenské firmy **Deloitte Czech Republic Otto Jelinek** oznámil, že odchází do důchodu. Roli vedoucího partnera pro klienty a trhy převezme od ledna **Josef Kotrba**. Šéfem firmy zůstane dále **Michal Petrman**.

• **Michael Richter** odchází ke konci roku 2005 z pozice generálního ředitele mediálního zastupitelství **ARBOMedia**. Společnost od 1. ledna povede pouze **Petr Chlupatý**.

• Na pozici finančního ředitele internetového portálu **Atlas.cz** nastoupil začátkem prosince **Pavel Doležal**. Naposledy zastával funkci manažera daňového oddělení firmy P. Doležal Immorent ČR.

• Tým produktové a korporátní komunikace agentury **Impact PR & Consultancy** vede jako senior account manager **Eva Kotýnková**, tým zaměřující se na korporátní PR rozšířil **Josef Jelinek**, junior account executive.

• Jednoho z předních domácích správců aktiv **PPF Asset Management** povede **Petr Dobiáš**. Dosavadní výkonná ředitelka a jediná členka představenstva **Kateřina Jirásková** jde na mateřskou dovolenou.

• Zastoupení velkoobchodní společnosti **Lekkerland** v Česku a na Slovensku nově povede **Gisbert Bresser**, který je současně odpovědný za region jihovýchodní Evropy. Dosavadní jednatel společnosti Lekkerland ČR a Lekkerland SR **Edgar Becker** z firmy odchází, zůstává ale k dispozici jako poradce.

• Vedení společnosti **Toyota Motor Czech** jmenovalo od prosince do nově vzniklé funkce manažera pro značku Lexus **Tomáše Velka**. Velek působí v prodeji a marketingu vozů prémiového segmentu již od roku 1997.

• Výrobce tiskářských ofsetových strojů **Adast Adamov** má nového generálního ředitele **Bedřicha Foukala**. Jeho předchůdce **Ladislav Novák** místo po dvou letech opustil. Ve firmě ale zůstává s dočasným pověřením vést obchodní úsek.

• **Viktor Miškovský** se stal od 1. prosince generálním ředitelem a předsedou představenstva **Západočeské energetiky**. Ve vedení dceřině společnosti ČEZ střídá **Jaroslava Hábu**, který zůstává ve funkci člena představenstva a ředitele úseku Správa společnosti.

• **Marcela Němcová** je od začátku prosince novou manažerkou komunikace a tiskovou mluvčí společnosti **Unilever ČR**. Němcová ve funkci nahradí **Jakuba Puchalského**, který po více než dvou letech přechází v rámci Unileveru do Rotterdamu na pozici ředitele interní komunikace pro Evropu. Před nástupem do Unileveru byl Jakub Puchalský mj. v letech 1998-99 generálním ředitelem České televize.

HRM

HUMAN RESOURCES MANAGEMENT

Nový časopis pro efektivní řízení lidských zdrojů

Ukázkové číslo ZDARMA na 800 110 022 nebo na www.ManagerWeb.cz

TRH PRÁCE

Češi mají dobrou práci doma, neodcházejí do zemí EU

Čeští zaměstnanci nacházejí díky pokračujícímu přílivu zahraničních investic dobré pracovní příležitosti doma a nemusejí se přidávat ke stovkám tisíců těch, kteří odcházejí za prací do Velké Británie i ostatních zemí EU. Vyplývá to ze závěrů roční prověrky pracovního trhu ve střední a východní Evropě od Institutu pro globální mobilitu (IGM).

Znamená to prý ovšem také to, že některé profese zůstávají nedostatkovým zbožím a platy na některých pozicích se již vyšplhaly na světovou úroveň. „Praha i nadále zůstává místem, jež si pro své aktivity vybrala celá řada regionálních ústředí. Je ale i preferovanou destinací pro ty, kteří chtějí na vlastní kůžiokusit rozvoj v této části Evropy,“ uvedl prezident české pobočky IGM Peter Ferrigno.

Úkolem pro ČR na příští rok je podle IGM především prosadit změny v zákoníku práce a zajistit, aby politické boje o úroveň sociálního zabezpečení nezpůsobily odliv zahraničních investorů. Vzrůstající zájem o rovnou daň v ostatních přistoupivších státech může prý činit tyto země v očích investorů zpočátku zajímavějšími či přitažlivějšími.

Na Slovensku je hospodářský vzestup příčinou nedostatku zkušených odborníků v mnoha

oblastech, a některé společnosti tam tak mají problémy s nacházením dostatečně kvalifikovaných expertů. „Pracovní příležitosti pro vzdělané Slováky jsou stejně velké v Praze, jako jsou v Bratislavě,“ dodal Ferrigno.

V roce 2006 se budou muset původní země EU, ve kterých dosud platí omezení pracovního trhu pro nově přistoupivší státy, rozhodnout, zda tato omezení ponechají v platnosti po další tři roky. Mohou také následovat Velkou Británii, Irsko a Švédsko a otevřít své hranice migrující pracovní síle z nové EU.

To může podle institutu vést k dalším vlnám krátkodobé migrace, zejména pokud sousední země zeslabí svá omezení. Zkušenost z Velké Británie, že migrace přímo přispívá k růstu ekonomiky, přitom některé větší země stále nepřijímají. Příklad Británie rovněž naznačuje, že ty země, které se příliš obávají přílivu pracovní síly ze zahraničí, mohou přeceňovat svoji vlastní přitažlivost, uvedla IMG.

Institut pro globální mobilitu byl založen v roce 2002 a nyní působí jeho pobočky v několika zemích, například v Británii, Austrálii, Švýcarsku, Švédsku či USA. Česká pobočka IGM, která vznikla díky podpoře Ernst & Young a personální agentury Pedersen & Partners, byla založena roce 2004.



Pracovní diskriminace v praxi aneb „věková genocida“

První číslo odborného časopisu HR Management, přináší mj. zajímavý pohled na problém věkové diskriminace na trhu práce z hlediska zkušeného „headhuntera“. V článku Pracovní diskriminace v praxi aneb „věková genocida“ se nad šancemi uchazečů zamýšlí PhDr. Hana Navarová ze spol. Neumann & Partners. Z článku citujeme:

V našich projektech – i přes všechny proklamace o rovných šancích – se často setkáváme s jasně vymezenými požadavky na ideální kandidáty, ze kterých klienti pouze neradi slevují. Kromě výše zmíněné „předdůchodové genocidy“ k nim dále patří také neochota zaměstnávat na některých místech ženy, zejména pak mladé ženy ve fertilním věku a pochopitelně také matky malých dětí. Toto jsou hlavní rizikové skupiny na trhu práce.

Více si přečtete v článku na str. 42-44 v HR Managementu 1/2005, který vyšel 25. listopadu.

HRM

HUMAN RESOURCES MANAGEMENT

Zveme Vás na certifikovaný cyklus seminářů

CONTROLLINGOVÁ AKADEMIE v Praze

Vytvoření koncepce controllingu 23.-24.3.2006

Moderní řízení nákladů a ziskovosti 20.-21.4.2006

Podnikové plánování a reporting 18.-19.5.2006



Ucelené controllingové vzdělání ukončené Certifikátem controllera

Výhody pro Vás:

- Odpovídá směrnicím International Group of Controlling (IGC)
- Přednáší zkušení odborníci z podnikové praxe

POINT
CONSULTING

Více informací naleznete na www.point-consulting.cz

POINT Consulting s.r.o., Blanická 25, 120 00 Praha 2, tel.: +420 225 096 418, fax: +420 225 096 420, e-mail: info@point-consulting.cz

HR MANAGEMENT - PDF servis vydavatelství ECONOMIA a firmy HOFÍREK CONSULTING. Registrován pod ISSN 1214-9780. Kontakt: <http://www.hofirek.cz>; paha@hofirek.cz, Ječná 15, 120 00 Praha 2, tel.: 224 990 160, fax: 224 960 169. Vychází jednou za 14 dní. Kontakt na redakci: On-line divize odborného tisku, Economia, a.s., Dobrovského 25, 170 55 Praha 7. Michal Tuháček, šéfredaktor, tel.: 233 073 159, fax: 233 072 012, michal.tuhacek@economia.cz, Marie Zemanová, redaktorka, tel.: 233 071 409, marie.zemanova@economia.cz, Lukáš Zita, manažer inzerce, tel.: 233 071 781, lukas.zita@economia.cz, Renata Němcová, sekretariát, tel.: 233 071 471, fax: 233 072 015, renata.nemcova@economia.cz. © Všechna práva vyhrazena. Bez předchozího písemného souhlasu vydavatelství Economia, a.s., je zakázána jakákoliv další publikace, přetištění nebo distribuce (tištěnou i elektronickou formou) jakéhokoliv materiálu nebo části materiálu zveřejněného v tomto PDF servisu. PŘIHLÁŠENÍ-ODHLÁŠENÍ PDF SERVISU: pdf.hrmanazer@economia.cz.