

OTÁZKA PRO...

Specifika recruitmentu hotelové branže

I když svou profesní specializaci nepatřím do kategorie HR manažerů, nějaké zkušenosti přece jen mám. Na myšlenku podělit se s vámi o některá specifika lidských zdrojů (a zejména recruitmentu) z našeho oboru mě přivedl můj nedávný rozhovor s jedním z konzultantů personálně-poradenské společnosti. Tak jako každý obor má i tento svá specifika.

Tím prvním a pravděpodobně největším je skutečnost, že donedávna neexistovaly kategorie jako gastronomie, hotelnictví, cestovní ruch atd. prakticky na žádném pracovním serveru. Inzerovat pozice či hledat zajímavé pracovní nabídky byl tak trochu „tvrdý oříšek“. Daná klíčová slova nebyla k nalezení, a tak inzerentovi nezbylo nic jiného, než zařadit svůj inzerát do kategorie Ostatní, kde se o pozornost utkával s nabídkami na roznos letáků, podomní prodej apod. Zájemci o pracovní nabídky v našem odvětví tak museli hned na počátku projevit nouzou dávku trpělivosti...

Druhým nepříliš povzbudivým faktem byla nedobrá odborná úroveň konzultantů personálních agentur. Těmto lidem chyběly (často elementární) znalosti našeho oboru, neorientovali se na trhu a často podávali zmatené informace. Tento fakt byl navíc umocněn skutečností, že

(až na několik výjimek) hotely a hotelové řetězce služby personálních agentur vůbec nevyužívaly.

Uchazeči o práci tak byli odkázáni na sledování nabídek jednotlivých zaměstnavatelů, na obvolávání či případně obcházení jednotlivých hotelů. Asi úplně nejjednodušší bývalo spolehout se na některého známého kolegu a čekat, až se zmíní...



Tato situace se našťastí změnila. Na trhu vzrostla konkurence a uspět mohou pouze ti, kteří svůj vysoký standard zaručí i špičkovými profesionály ve svém oboru. To pochopila většina majitelů pražských hotelů a snaží se si své kvalitní a klíčové zaměstnance udržet a dále motivovat. Jedná se o skutečně náročnou činnost, obzvláště při pocitu většiny číšníků, kuchařů a recepčních, že ve vedlejší restauraci či hotelu je to určitě mnohem lepší...

Podporou je samozřejmě změna nabídky pracovních inzertních serverů, dále odborně zaměřený portál www.gastrojobs.cz a v neposlední řadě i stoupající kvalita služeb personálně-poradenských společností. Díky za to!

Marika Ehrenbergerová
Sales Director, Hotel Jalta

PRACOVNÍ PROSTŘEDÍ

Otevřené kanceláře nejsou nejlepší pro lidské zdraví

Otevřené pracovní prostory jsou prokletím mnoha zaměstnanců. Chybějící stěny někdy pomáhají dozvědět se o kolezech a jejich blízkých takové intimnosti, které ani vědět nechceme. Znamená to určitou ztrátu soukromí, více hluku a pocit, že jsme pod neustálým dohledem. Není proto divu, že soudobé výzkumy ukazují, že otevřené kanceláře nejsou nejlepší pro lidské zdraví. Ve Velké Británii pracuje v otevřených prostorech asi 60 % zaměstnanců, což je dvanáctkrát více, než je běžné ve zbytku Evropy. Většina



britských zaměstnanců mladších 30 let nikdy nepracovala jinde než v otevřených prostorech.

Odborníci uznávají, že tato pracoviště jsou dobrá pro budování kontaktů a týmovou spolupráci, tyto výhody však přicházejí za vysokou cenu. Ukazuje se, že zaměstnanci by raději pracovali v kancelářích po dvou nebo čtyřech lidech než na jedné ploše s dalšími osmdesáti kolegy. Velká otevřená pracoviště způsobují větší stres v podobě již zmíněného hluku a ztráty soukromí.

(Pokračování na stránce 2)

GEOS: Hodnocení spokojenosti zaměstnanců

Cílem každé společnosti je růst. Jak ale dosáhnout toho, aby firma skutečně rostla a aby to byl růst pokud možno trvalý? Základem úspěchu jsou spokojení a angažovaní zaměstnanci. Ti přímo ovlivňují chování zákazníků a to má pak přímý vliv na růst tržeb a ziskovost. To si uvědomilo vedení společnosti General Electric, a proto zavedlo každoroční hodnocení spokojenosti všech zaměstnanců na celém světě pod hlavičkou GEOS (GE Opinion Survey). Systém hodnocení spokojenosti zaměstnanců má mj. tyto kategorie:

1. Index angažovanosti (odvozená kategorie)
2. Preferovaný zaměstnavatel (odvozená kategorie)
3. Týmová efektivita
4. Kultura zaměřená na výkon
5. Otevřenost k novým myšlenkám
6. Hodnoty, etika, otevřenost
7. Přímý nadřízený
8. Výzva a příležitost
9. Hodnota/přínos IT
10. Globalizace/globální společnost
11. Orientace na kvalitu a zákazníka
12. Průkopnická společnost vykazující růst
13. Flexibilita (rovnováha práce a života)
14. Odměňování a benefity
15. Ostatní

Vedle průzkumu spokojenosti GEOS se zjišťuje individuální spokojenost zaměstnanců při 1. a 3. výročí ve společnosti.

Více k tomu, co přináší periodicky prováděné průzkumy spokojenosti a angažovanosti zaměstnanců, se dočtete v měsíčníku **Moderní řízení 2/2006** na s. 64-65. Ukázkové číslo zdarma si můžete objednat na adrese: www.ManagerWeb.cz.

KRÁTCE

Propuštěn kvůli počítačové hře

Newyorský starosta Michael Bloomberg propustil jednoho zaměstnance radnice, protože zahlédl na obrazovce jeho počítače hru. O případu, který se stal v kanceláři právního odboru radnice, informoval New York Times.

Bloomberg přišel pracovníky kanceláře v Albany pozdravit a nechal se s nimi vyfotografovat. Když přišel ke stolu Edwarda Greenwooda, všiml si, že má na počítači karetu hru. Nic mu neřekl, ale vzápětí nařídil svému asistentovi, aby ho propustil.

Starosta své rozhodnutí bránil. „Pracoviště není to správné místo na hraní. Je to místo, kam člověk chodí, aby dělal práci, za kterou je placený,“ prohlásil.

Greenwood novinářům řekl, že pokud karty na počítači hrál, tak to bylo výhradně v době hodinové přestávky na oběd nebo během krátkých pauz, když si potřeboval odpočinout.

„Očekávám od všech městských zaměstnanců, a mezi ně počítám i sebe, že budou tvrdě pracovat. Na tom, udělat si přestávku, není nic špatného, ale během pracovní doby není přípustné mít na pracovišti záležitosti, které tam prostě nepatří,“ zdůraznil Bloomberg.

(Pokračování ze stránky 1)

Původní myšlenkou práce v otevřených prostorech bylo odbourání hierarchií uzavřených dveří, dosažení větší demokracie a lepší spolupráce. Ve skutečnosti však tato pracoviště připomínají spíše Velkého bratra. Neustálý dohled cítí podřízení i nadřízení. Když chce manažer například něco osobně sdělit podřízenému, v otevřeném prostoru je to nemožné. Musí jej proto pozvat do zasedací místnosti, což všichni ostatní stejně uvidí. Psycholog Tom Stewart, který se zabývá ergonomií pracovišť, vysvětluje, že tento problém není tak jednodu-


EDUCITY
www.educity.cz

chý. Nelze tvrdit, že samostatné kanceláře jsou dobré a otevřené prostory špatné. Některým lidem skutečně hluk a nesoukromí způsobují velký stres, jiné však stresuje izolace a nedostatečná sociální podpora. Ideální je podle něho organizovat pracoviště rozdělením do několika oblastí. Nezáleží na tom, zda zvolíte tradiční stěny nebo jen jasné vymezené prostory. Rozdělení pracoviště již samo o sobě udržuje sociální kontakty bez toho, aby se zaměstnanci cítili pod neustálým dohledem.

Zdroj: The Guardian, InSite

EVROPSKÁ UNIE

Search & Selection na tradiční britský způsob

Společnost Hofirek Consulting připravila pro své konzultanty v rámci systému profesního rozvoje program týdenních stáží u svých evropských partnerů – členů IRC Recruitment (síť personálních společností v Evropě, Severní Americe a Asii, www.irc-recruitment.com). S velkou chutí a ještě větším očekáváním jsem se tedy vydala do jednoho z nejtradičnějších, ale zároveň nejdynamičtějších a nejúčinnějších obchodních center světa – do Londýna.

Z 60 milionů obyvatel Spojeného království jich více než pětina žije v Londýně. Tato pětina však vytváří přes 30 % hrubého domácího produktu celé země. Stabilní vývoj britské ekonomiky potvrzuje i nízká hladina nezaměstnanosti, 4,7 %, kterou výrazně neotřásl ani otevření pracovního trhu všem zemím Evropské unie v roce 2004.

Od vstupu nových členských států zaznamenalo Spojené království pouze několik tisíc českých žadatelů o práci. Mnohem větší „nával“ pocítili ze Slovenska, Polska a pobaltských republik, nejedná se však o převratná čísla, se kterými by si britský trh nedokázal poradit.

Chartwell Search & Selection

Svou týdenní stáž jsem strávila u britské personální společnosti Chartwell Search & Selection. Pokud v Praze poskytují personální poradenství desítky firem, v Londýně se konkurence počítá v řádech tisíců. Chartwell se se svými třemi senior konzultanty a jednou asistentkou řadí mezi středně velké hráče na trhu. Kromě několika desítek velkých nadnárodních



společností se totiž trh skládá především z nezávislých seniorských konzultantů, tzv. Associates. Proč je to tak?

Obecně je známo, že malé společnosti jsou ve srovnání s velkými nadnárodními kolosy daleko pružnější a právě flexibilita se pak stává základní konkurenční výhodou „hbitého trpaslíka“ proti „těžkopádnému obrovi“. A v Londýně to platí dvojnásob.

Jak být úspěšní v enormně konkurenčním prostředí?

Pojďme se podívat na konkrétní recept společnosti Chartwell Search & Selection, která již více než 13 let velmi úspěšně působí v jámě lvové – v centru Londýna. Podle svých postřehů si dovoluji definovat dva základní stavební kameny jejich obchodní strategie:

1. Profesionalita

2. „Síťování“

Profesionalita služeb je ve Spojeném království (resp. na kterémkoliv „západním“ trhu) samozřejmostí. Ve srovnání

s naším poměrně mladým trhem může některé lidi také udivit, že typický „západní“ konzultant má vysokoškolské vzdělání a dlouholetou manažerskou zkušenost. Nežádá se stává, že HR manažer završí svou velmi úspěšnou kariéru ve velkých nadnárodních společnostech právě tím, že zužitkuje své know-how v pozici nezávislého konzultanta. Být profesionálem ve svém oboru však nestačí. To, co udržuje Chartwell a mnoho dalších malých ryb ve velkém londýnském rybníku, je pevná, na míru upletená síť kontaktů. Aby hustá síť zachytila co

(Pokračování na stránce 3)

Studie: Služební cesty budou delší, kratší nahradí technologie



Změny globální ekonomiky budou mít v příštích deseti letech dopad na služební cesty. Zvýší se vzdálenost procestovaná za týden o 17 % a doba strávená na

cestách se prodlouží, protože velká část firem expanduje do vzdálenějších oblastí, zvláště těch s vysokým tempem růstu ekonomiky. Množství kratších služebních cest však nahradí technologie. Vyplývá to ze studie Barclaycard Business, která je největším vydavatelem platebních karet pro firmy a podnikatele ve Velké Británii.

Do konce roku 2015 by měl člověk na služební cestě procestovat v průměru 710 mil (přes 1140 km) za týden ve srovnání se současnými 609 mílemi (980 km). Tempo růstu procestovaných mil se však sníží ze 32 % v období let 1996/1997 až 2005/2006.

Cesty budou převážně delší a méně časté. Kratší cesty budou nahrazeny technologiemi, jako jsou videokonference. Ty má do konce roku využívat až 50 % firem místo současných 26 %. Počet dní strávených týdně na služební cestě by měl klesnout o 17 % na dva dny. Počet nocí mimo domov za měsíc se však zvýší na 5,2 noci ze současných 4,2 noci.

Vyšší počet cest na dlouhé vzdálenosti nahraďují letecké přepravy. Průměrný počet letů by tak měl stoupnout o 12 % na 8,5 letu ročně. Mnohem méně důležitým faktorem má být při výběru letecké společnosti cena letenky. Business třídou by chtělo do roku 2015 lézat až 33 % turistů proti současným 17 %.

Počet osob, které budou chtít při své služební cestě použít vlak, se však sníží na 25 % z nynějších 34 %. Důvodem bude nižší počet cest na kratší vzdálenosti. Měl by však vzrůst zájem o cestování první třídou.

Nejpopulárnějším způsobem rezervací služebních cest je nyní internet a intranet, které využívá 51 % cestujících. Tento trend by měl i nadále pokračovat. V příštích 10 letech chce dokonce internet k rezervacím použít až 70 % cestujících. Většina uvádí, že tento způsob je pohodlnější.

Výzkum upozornil, že poměr starších zaměstnanců se bude zvyšovat spolu se stárnutím populace. Měl by tak stoupnout i počet starších lidí na služebních cestách. To je důležité hlavně pro přepravce, kteří by měli uzpůsobit nabídku svých služeb starší klientele.

Podobné je to i se ženami. Do roku 2015 by měl poměr žen na manažerských postech stoupnout na 50 %. Tím se zvýší i počet žen na služebních cestách. Potřeby žen se často od potřeb mužů liší. Mimo jiné ženy méně často cestují autem, a naopak dávají přednost vlaku.

Studie vychází z ankety uskutečněné mezi 2500 uživateli komerčních karet, hlavně zástupců firem, které patří mezi 100 největších společností na britském akciovém trhu.

Unikají nám kvalifikované síly?

Čtete nový časopis pro řízení lidských zdrojů HR Management!

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

Informace a ukázkové číslo ZDARMA na tel. 800 110 022, www.ManagerWeb.cz

economia
OBSAH ROZHOVŮ

(Pokračování ze stránky 2)

nejvíce obchodních příležitostí, Chartwell si vytvořil za léta svého působení lokální i nadnárodní vztahy se svými klienty, kandidáty, ale i se svou konkurencí. Blázní? Ne.

Pokud nejste časově, prostorově či oborově schopni plně odpovědět na nálehavý požadavek svého klienta, požádejte o pomoc svého nejlepšího konkurenta. Klient bude spokojen a z konkurenta se časem může stát dobrý nezá-



Leonardo da Vinci

vislý partner, který vám může pomoc oplátit. Porovnáme-li britský trh personálního poradenství s dlouholetou tradicí a historií s našim poměrně mladým a rychle se vyvíjejícím trhem, jednu věc máme společnou: mladého ducha otevřeného novým příležitostem.

Tento projekt byl realizován s podporou Evropského společenství.

Irena Kalužová
HOFÍREK CONSULTING

HR MARKETING

Popis pracovní pozice je primární marketingový nástroj HR

Popis pracovní pozice je primární marketingový nástroj HR. Po stránce obchodního marketingu se dá srovnat s reklamou, letákem nebo produktovou brožurou. Měl by odrážet různé „nákupní vzorce“ vašeho publika a to, jak jednotlivé skupiny reagují na reklamu. Zvažte tedy dobře jeho délku, volbu slov a médium, protože například mladí lidé nebudou reagovat na ten samý podnět jako ti dříve narození. Také mnoho žen má zcela jiné pracovní aspirace než muži apod. Přinášíme několik tipů pro efektivnější marketing pracovních pozic:

- **Nepoužívejte tradiční pracovní popis jako základ své „reklamy“.** Ani nejhorší firmu v zemi by nenapadlo použít prosté vyjmenování specifikací svého produktu jako hlavní marketingové lákadlo – což je ale běžná praxe při HR marketingu. Snažte se sumarizovat výzvy a příležitosti pozice kreativním způsobem. Dobrým začátkem bude, když se zeptáte svého manažera, proč by někdo opravdu schopný měl o pozici stát.

- **Zatraktivněte nabízenou pozici.** Nejlepší adepti pohlíží na tato kritéria v pořadí: 1. rozsah pozice, 2. kvalita náborového manažera, 3. kvalita týmu, 4. důležitost pozice ve firmě, 5. odměna. Inzerát by měl popsat rozsah pozice a její důležitost hned v titulku a prvním odstavci, protože většina lidí se rozhoduje, zda budou číst dál, v prvních 10-20 sekundách.



- **Sledujte výsledky.** Autor článku uvádí, že 12,3 % osob, které četly jeho poslední článek, se podívalo na jejich stránky a uvádí i další data. K jejich získání využil analytický nástroj z Googlu. Sledujte reakce adeptů.

- **Využívejte různé komunikační kanály.** Proč nevyužít SMS a další formy moderní komunikace, které jsou dnes běžné například i mezi studenty?

- **Využívejte kreativní tituly s cílem oslovit určitou skupinu.** Klíč k dobrým názvům: Delší – tedy nápadnější, které upoutají pozornost a jsou k tématu, přesvědčivé a pokud možno i humorné.

- **Využívejte optimalizační vyhledávací techniky.** Adepti nenavštěvují automaticky internetové stránky s pracovními místy. Někdy hledají nové příležitosti prostým zadáním jednoduchého hesla do vyhledávače.

Většina firem stále marketuje své volné pozice tak, že nevědomky oslovuje převážně průměrné adepty, kteří by i tak zaklepali na jejich dveře. Pokud chcete získávat lepší adepty, bude třeba, abyste zaklepali u jejich dveří vy. A následujte dav, pokud to neděláte lépe. A ještě lépe první. Pokud každý používá stejné nástroje k nalézání podobných adeptů, všichni skončí tak, že získají ty průměrné. Nebojte se inovací, nebo využívejte běžné postupy kreativněji.

-av-



EDUCITY

www.educity.cz

Zdroj: Electronic Recruiting Exchange

SOCIÁLNÍ ASPEKTY

Šest zemí EU navrhuje pakt pro rovnost mužů a žen

Šest zemí EU včetně ČR navrhuje, aby unie přijala Evropský pakt pro rovnost mezi ženami a muži. Návrh je obsažen v dopisu, který vedoucí představitelé této šestice zaslali rakouskému kancléři Wolfgangu Schüsselovi, jehož země nyní v unii předsedá. Za ČR dopis podepsal předseda vlády Jiří Paroubek. Signatáři dopisu uvádějí, že chtějí tento pakt předložit na pořad jarní vrcholné schůzky EU. Cílem paktu podle nich je zmenšit odstup mezi muži a ženami v oblasti zaměstnání a sociální ochrany a působit ve prospěch rovnováhy mezi muži a ženami v profesionálním i rodinném životě. Dopis podepsali francouzský prezident Jacques Chirac a předsedové vlád Dánska, Španělska, Finska a Švédska Anders Fogh Rasmussen, José Luis Zapatero, Matti Vanhanen a Göran Persson. Mluvíci Rakouska potvrdil, že kancléř Schüssel dopis převzal. Dodal, že dokument lze chápat jako „velmi cenný příspěvek k letnímu summitu EU, jehož účastníci učiní vše pro to, aby zajistili Evropě nové pracovní příležitosti“. Také evropské obchodní sdružení Eurochambres označilo dopis za pozitivní krok.



Z PRACOVNÍHO PRÁVA:

- Pronajímání pracovních sil
- Stravné a ubytování při agenturním zaměstnávání
- K povinnosti nabídnout zaměstnanci „jinou vhodnou práci“

Ukázkové číslo ZDARMA si objednáte na 233 071 197 nebo www.ManagerWeb.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

PERSONÁLIE

- **Kateřina Černá**, dosavadní zástupkyně ředitele obchodu, byla jmenována ředitelkou obchodu společnosti **CCA Group, a.s.**
- Společnost **Alphaduct**, výrobce minerálky Karlovarská korunní kyselka, jmenovala od února výkonným ředitelem divize nápojů **Jaroslava Barviře**. Na novém místě bude zodpovědný především za další rozvoj značky Korunní. Před příchodem k Alphaductu působil Barviř od roku 1995 jako obchodní a marketingový ředitel Poděbradky.
- Do vedení komunikační skupiny **Ogilvy Group ČR** byl jmenován **Ladislav Báča**. Managing director **Ogilvy & Mather** se stala **Leona Bretschneiderová**. V roce 1993 začínala v agentuře Grey, poté nastoupila do skupiny Ogilvy a pak sedm let stávala na pozici managing director v agentuře Scholz & Friends. V září 2004 nastoupila do Ogilvy & Mather na pozici client service director.
- **David Beckett**, nyní ředitel OPP v **Canon CEE**, byl jmenován ředitelem CCI 4CE (skupina čtyř středoevropských zemí) a je pověřen i vedením marketingového týmu. **Przemysław Przybysz**, nyní country manager společnosti **Canon Poland**, byl jmenován do funkce head of special retail CCI 4CE a převezme odpovědnost i za trade marketing CCI 4CE.
- Obchodním a marketingovým ředitelem mobilní divize **Samsung Electronics** pro ČR a Slovensko společnosti Samsung je **Kamil Vacek**. Od roku 2002 byl majitelem a ředitelem firmy Kiboon Electronics.
- Account directorkou pro Nestlé v reklamní agentuře **McCann-Erickson** se stala **Helena Hrdá**. Přichází z Publicisu, kde působila jako account directorka. Novou account directorkou pro ČSOB se stala **Lenka Čížková**. Dále do kreativního oddělení agentury přibýlí **Jan Řídl** a **Radouane Hadj Moussa**.
- **Stanislav Barviř** se stává manažerem distribuce produktů Hewlett-Packard pro ČR ve společnosti **BGS Distribution Czech**. Barviř dříve působil jako partner account manažer pro distribuční kanál v Hewlett-Packard.

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.

LIDSKÉ ZDROJE

Projekt přinese návody na uplatnění padesátníků

Návod pro firmy, jak by měly co nejlépe využít potenciál pracovníků nad 50 let, by se měl stát výsledkem projektu Třetí kariéra. Příručku vedoucí k lepšímu uplatnění by měli získat i starší zaměstnanci. Informovali o tom organizátoři projektu. Podle zprávy Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj (OECD) Česká republika prozatím neumí pracovníky vyššího věku využívat.

„Jedním z řešení je zaměřit se na celoživotní vzdělávání, které pomůže lidem vypěstovat si a udržet návyk neustále zlepšovat své schopnosti, a tím zvyšovat možnost pracovního uplatnění,“ uvedli autoři projektu. Hradí ho Evropský sociální fond spolu s ČR. Podílejí se na něm instituce z domova i ciziny.

Projekt se zaměřuje na lidi nad 50 let, kteří pracují. Chce jim poskytnout návod, jak se mohou na trhu práce udržet. Některé firmy v Česku totiž o starší zaměstnance nestojí a snaží se jich zbavovat. Lidé pak mají jen malé šance najít si jiné místo. Situaci často řeší předčasnou penzí či invalidním důchodem.

Autoři projektu chtějí starší pracovníky naučit neztrácet sebevědomí, zhodnocovat a získávat zkušenosti a stát se pro firmy přínosem.



Návod je má motivovat k dalšímu studiu a zvyšování odbornosti a posílit jejich pružnost.

V podnicích v České republice obecně panuje přesvědčení, že starší osoby brzdi rozvoj, představují zátěž, jsou neproduktivní a nepřízniví. Další příručka má pomoci manažerům a zaměstnavatelům spolupracovat se zaměstnanci nad 50 let a využít jejich schopnosti.

Základem pro vytvoření návodů bude výzkum ve firmách i mezi zaměstnanci nad 50 let. Doplní ho názory ostatních pracovníků na problémy s udržení místa, které mívají jejich starší kolegové.

Míra zaměstnávání lidí nad 50 let je v Česku podle OECD značně pod průměrem jejich států. Zatímco ve věku od 45 do 50 let pracuje v ČR přes 90 % osob, kolem šedesátky má místo jen 30 % mužů a 18 % žen. V zaměstnávání lidí od 50 do 54 let přitom Česko mezi třicítkou

srovnávaných zemí zaujímá přední pozice. Pracuje zde přes 80 % osob.

Česká společnost stárne a poměr starších obyvatel se zvyšuje. Pokud si chce ČR podle OECD hospodářský růst a důchodový systém bez dluhů udržet, musí se naučit schopnosti padesátníků využít.

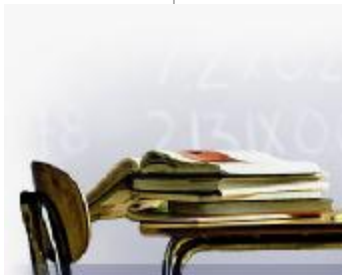
PRŮZKUM

Hledá se odpověď na to, jak si Češi rozšiřují znalosti

Český statistický úřad letos uskuteční šetření o dalším odborném vzdělávání zaměstnanců podniků. Jde o součást šetření konaného na evropské úrovni, jehož se zúčastní všechny členské země EU a některé další státy. Má pomoci posílit konkurenceschopnost evropských zemí.

Personalisté si možná vzpomenou, že podobné šetření (CVTS 2) u nás probíhalo v roce 2000. Tehdy se do výběrového souboru zařadilo 7000 českých podniků. Průzkum přinesl první ucelené informace o dalším odborném vzdělávání zaměst-

nanců podniků. Letos bude výběrový soubor ještě rozsáhlejší (10 tisíc podniků).



Aby se dosáhlo dobré srovnatelnosti s dřívějšími údaji, má dotazník i tentokrát podobnou obsahovou strukturu. Důležité také je, aby mu personalisté a podniky věnovali potřebnou péči. Výsledky budou známy v příštím roce. Personalistům a další odborné veřejnosti poskytne průzkum dobré informace

o stavu a dynamice dalšího odborného vzdělávání zaměstnanců českých podniků, a tím i podklady pro zlepšení situace.

• **Ivo Prikryl** byl jmenován na pozici obchodního ředitele pro telekomunikační segment společnosti **Alcatel**. V jeho kompetenci bude řízení obchodních vztahů s odběrateli produktů, řešení a služeb dodávaných společností Alcatel Czech v České republice.

• Personálně-správní ředitel státního podniku **Lesy České republiky Vladimír Sova** ve firmě k 15. březnu na vlastní žádost skončí. Nadále se chce věnovat podnikání ve své firmě na čištění nádrží pohonných hmot. O obsazení místa personálně-správního ředitele dosud nebylo rozhodnuto.

• Novým výkonným ředitelem **Delta Pekáren** pro Česko byl jmenován **Nouri Chahid**, který loni působil v této firmě jako výkonný ředitel pro Slovensko a Maďarsko. V nové funkci vystřídal **Radka Macka**.

• Tiskovou mluvčí skupiny **ČEZ** je od začátku února **Ivana Vejvodová**. Na starosti bude mít koordinaci komunikace dceřiných firem skupiny a komunikaci ve středočeském regionu. Vejvodová dříve pracovala např. v české pobočce společnosti Nike European Operations jako manažerka PR či jako šéfredaktorka zákaznických magazínů Eurotelu Praha.

• Novým generálním ředitelem společnosti **Aviva životní pojišťovna** se od 1. února 2006 stal **Pavel Matoušek**. Zkušenosti v oboru finančních služeb sbírá již 20 let. Působil celkem v pěti zemích a ve čtyřech pojišťovnách na třech kontinentech. Před příchodem do ČR pracoval na vedoucích pozicích 3 roky v pojišťovně v korejském Soulu. V roce 2001 řídil vstup ING na český trh retailového bankovníctví a své působení v ING uzavřel na pozici General Manager Retail pro ČR a SR.

• Společnost **SAP ČR** oznámila změnu v obchodním oddělení – dochází ke sloučení týmů pro menší a středně velké zákazníky. Tento tým povede **Jiří Malík**. Ten dosud pracoval v SAP na pozici ředitele pro prodej SAP Business One.

• Viceprezidentem pro personalistiku ČSA se stal **Dušan Ryban**. Dosud byl ve firmě výkonným ředitelem pro personalistiku a vzdělávání. V pozici viceprezidenta nahradí **Jaroslava Švábíka**, který z vedení ČSA ke konci ledna odešel ze zdravotních důvodů. Ryban přišel do ČSA za bývalého prezidenta **Jaroslava Tvrdíka**, který si ho přivedl z ministerstva obrany. Tam byl v letech 2002 až 2003 odpovědný za profesionalizaci armády.

• Rakušan **Stefan Klestil** nastupuje do funkce senior viceprezidenta společnosti **First Data**. Ujme se tak vedení podniků této společnosti ve střední Evropě – na Slovensku, v Rakousku, Bulharsku, ČR, Maďarsku, Itálii, Polsku, Rumunsku, Srbsku a Černé Hoře.

• Od počátku roku 2006 tvoří vedení společnosti **ŠkoFIN** tři noví členové: **Oliver Schmitt**, **Jiřina Tapšíková** a **Jörn Kurzrock**. Nahradili tedy na pozicích jednatelů **Lutze Witkowského**, **Hanse-Joachima Neumanna** a **Ivana Smutného**.

ManagerWeb.cz

Jediný informační portál
pro top management
www.ManagerWeb.cz