

line HRM

1. 10. 2010
číslo 17

ELEKTRONICKÝ NEWSLETTER MĚSÍČNÍKU HUMAN RESOURCES MANAGEMENT

VYDÁVÁ ECONOMIA, A.S., V EXKLUZIVNÍ SPOLUPRÁCI S HOFÍREK CONSULTING

NOVÉ TRENDY

Návrat k etickým principům v komerční sféře

Když jsme před pár lety započali s našimi stávajícími i potenciálními klienty a partnery otevřenou diskusí na téma etika, mnozí z nich zřejmě ani nechápali, o co nám jde. Každý z nich si sám určoval svá pravidla, co je etické a co už není, a u celé řady z nich jsme zaznamenali rozlišovací schopnost pouze na úrovni, co je zákonné (i když často na hraně), a co už zákonné není. Etický rozměr je spíše něco, o čem se diskutuje na akademické půdě, ale s realitou ve světě, kde platí právo silnějšího, to nemá moc společného. Jeden náš partner se nás dokonce zeptal, kam bychom chtěli zařadit etiku v jediném důležitém vzorci pro svět podnikání, který zjednodušeně popsal jako „má dáti, dal“. Další nás podezírali z morali-zování a někdy se nás snažili přistihnout v situaci, kdy bychom hlásali vodu a pili víno.

V jednu chvíli nám i připadalo naše snažení jako boj s větrnými mlýny, ale čas nám dal opět jasnou odpověď. Na trhu se zešeřilo a jako noc plná strašáků přišla globální krize. Někdy a někde to bylo a je spíše o těch strašácích a jinde a jindy si realita naplno zahrála s osudy mnoha firem a lidí. Tuto krizi nazývají ekonomickou nebo hospodářskou krizí. Zasvěcení však dobře vědí, že ve skutečnosti by se měla nazývat krizí morální. A to, že je globální, to je nepopiratelný fakt. Proč vzdělávací společnosti ve velké části světa stále ze všech stran slyší: „Chceme zvýšit loajalitu, chceme vybudovat firemní kulturu, chceme harmonizovat mezilidské vztahy ve firmě či organizaci atd.“

Je více než evidentní, že všechny tyto snahy směřují k posílení či vytvoření morálních hodnot, bez kterých každá sebebohatší a sebemoc-

nější společnost strádá a nakonec postupně upadá. Jak se nejlépe dobeře kterákoliv pevnost? No přece zevnitř. Bohužel, než si toho svět všiml a než se rozhodl s tím něco dělat, padlo takových pevností příliš mnoho. Nejdříve se tomu postupně přizpůsobila legislativa a později se až příliš nešvarů stalo normou a etické principy pouhou frází. Dnes se dlouhá léta zaběhlý mechanismus začíná k naší nema-

lé radosti měnit a důležití lidé ve firmách a občas už i mezi zákonodárci začínají volat po návratu tradičních hodnot, po implementaci a následné stabilizaci těchto hodnot ve firmách, organizacích a popřípadě i v celém lidském společenství.

Je však nutno si položit otázku: „Vědí, jak na to?“. Rozumí celému paradigmatu změny myšlení? Chápu všechny kontextové souvislosti? Nebo pouze už vědí, co se stane, když se touto stránkou lidského soužití na všech úrovních a ve všech formách nebudou

zabývat? Tak či onak budou všichni ti, kteří chtějí iniciovat změnu k lepšímu, potřebovat pomocnou ruku, a to nejlépe ruku odborníka.

Nejspolehlivějším garantem změn by měly být vzdělávací instituce navíc podporované a zaštitěné státem. Novým generacím by mohly být etické principy vštěpovány již od základního školství. Ostatním, kteří jsou již mimo dosah graduálního vzdělávání, by mohly pomoci se změnou myšlení a úhlu pohledu právě vzdělávací společnosti.

Jak jsme v úvodu předeslali, naše společnost s velkým náskokem toto téma aktivně rozvíjí a popularizuje řadu let. Sami jsme dokonce prošli již potřetí etickým auditem, kde jsme drželi tři ocenění „Podnik fair play“ za roky 2007 až 2009.

(Pokračování na stránce 2)



V aktuálním čísle odborného časopisu

HR Management

se mimo jiné dočtete:

- Personalistika a krize
- Případ dokonalé manažerky
- Ageismus aneb Věková diskriminace
- Speciál: Zdraví na pracovišti
- Interní komunikace a HR marketing



Vychází se speciální přílohou

TRH PRÁCE a odměňování

Ukázkové číslo ZDARMA a předplatné:

tel. 800 110 022, www.ManagerWeb.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

AKTUÁLNĚ

Cena Vladimíra Jochmanna za vzdělávání dospělých poprvé

Odborná rada Festivalu vzdělávání dospělých AEDUCA 2010 se rozhodla každoročně udílet prestižní ocenění za významné počiny v oblasti vzdělávání dospělých. Cena nese jméno zakladatele české andragogiky doc. PhDr. Vladimíra Jochmanna, který se významným způsobem zasloužil o založení a rozvoj oboru andragogika, resp. vzdělávání dospělých, nejen v ČR, ale i na Slovensku.

Historicky první Cenu Vladimíra Jochmanna za rok 2010 obdržel prezident asociace PhDr. Zdeněk Palán, Ph.D. „Při debatách o nejhodnějších kandidátech jsme se všichni shodli na jediném jménu. Andragogika se utvářela především v akademickém a politickém prostředí – Zdeněk Palán pracoval na obou frontách. Ve svých funkcích na MŠMT a v AIVD ČR se zasazoval o rozvoj andragogiky jako vědního i studijního oboru i jako praktické činnosti,“ uvedla RNDr. Ing. Lenka Cimbáliková, ředitelka festivalu AEDUCA 2010.

Zdeněk Palán je jedním z nejangažovanějších a nejvýznamnějších propagátorů a realizátorů vzdělávání dospělých v ČR. Prosazoval a stále intenzivně prosazuje moderní pojetí andragogiky v teoretické i praktické podobě. Je autorem jediného českého andragogického slovníku, ale také množství odborných publikací a desítek článků. Patří mezi zakládající členy Asociace institucí vzdělávání dospělých ČR, největšího profesního sdružení v oboru, které dlouhodobě vede jako prezident. V roli experta se účastní řady konferencí, kurzů či významných projektů s celostátním dopadem.

(red)

MANAGEMENT MEETING

Jak se vyhnout insolvenční? Jak ji řešit, když hrozí?

3. listopadu 2010, od 9 do 14 hodin; PWC Business Community Center, Kateřinská 40, Praha 2. Více informací a registrace na www.konference.ihned.cz nebo na tel.: 233 071 423

Pořádají:

FINANČNÍ
MANAGEMENT

PRÁVNÍ
RÁDCE

Odborný garant:

PRICEWATERHOUSECOOPERS

Partner:

EDUCITY
www.educity.cz



(Pokračování ze stránky 1)

Dlouho jsme přemýšleli, jaká forma výuky etiky by za daného stavu věcí byla nejvhodnější. Po několika konferencích a dalších akcích, které jsme na téma etika zrealizovali, po celé řadě zajímavých diskusí se zajímavými lidmi, jsme zvolili postupnou formu začleňování do běžného vzdělávání. Naším klientům tedy nabízíme, že v případě jejich zájmu implementujeme etické normy a formy do vybraných témat vzdělávání.

Pokud bychom zvolili přímější cestu, mohlo by se stát, že vytížený pracovník či manažer, který velice nerad ukrájí ze svého časového rozvrhu i na vzdělávání, které je pro jeho profesní i osobní růst nezbytné, by nebyl ochoten zúčastnit se něčeho tak imaginárního a bohužel ještě z mnoha současných pohledů tak zbytečného, jako je výuka etiky. Nikdo ho přece nemusí učit, jak se má správně chovat. On se chová eticky vždy a zvat ho na školení etiky by mohl také vzít jako skrytou narážku říkající: „Ty se neumíš chovat slušně, tak tě to naučíme“. I z dalších důvodů se proto domníváme, že postupná nenásilná forma bude v důsledku účinnější než specializovaný kurz, který by mohl být nepochopen a navíc označen za nátlakový.

Vložení výuky etických principů jsme schopni klientovi nastavit do jeho běžného vzdělávání



ní na míru a v případě, že disponuje interními lektory, tak i je naučit s tímto tématem pracovat. Mezi základní předpoklady úspěšné změny v myšlení lidí náleží především směr, kterým se daná změna šíří. Vždy by se mělo začít od vedení firem i organizací a postupovat směrem dolů až k řadovým zaměstnancům. Pokud se tak nestane, ve většině případů pak chybí příslušný příklad, který táhne. Také související a souběžná absence podpory, podmínek a prostředí potřebného pro realizaci jakékoliv změny může tuto změnu udusit dříve, než vůbec dostala šanci vykvést. Je jisté, že přijetí etických norem a jejich následná aplikace v praxi, včetně vytvoření zvyku chovat se eticky, není jednoduchý a nijak krátký proces. Vzdělávací společnost má za úkol ukázat cestu a principy a celý proces nastartovat. Pak už může pouze z povzdálí přihlížet a

semínko změny si musí k jeho zdárnému růstu a trvalosti zalévat každý člověk sám za pomoci a podpory organizace, které na zdárné změně také bytostně záleží.

Více se o tématu můžete dozvědět na diskusním fóru s názvem Etický kodex, součást firemní kultury, které se koná 6. a 7. října 2010 v Praze. Více na www.centrumandragogiky.cz.

Mgr. Marie Jirů a David Kalivoda
Centrum andragogiky, s.r.o.

Zaměstnanecké benefity jsou výhodnou formou motivace

Udržet si kvalitní zaměstnance není snadné. Mnohdy o tom rozhodují i zaměstnanecké benefity. Nejdůležitějším důvodem poskytování zaměstnaneckých benefitů je snaha firmy udržet si kvalitní zaměstnance. Spokojenost zaměstnanců vede k větší motivaci, pocitu sounáležitosti s firmou a také k lepšímu výkonu. Spokojení zaměstnanci lépe pracují a dělají zároveň zaměstnavateli pozitivní reklamu.

Benefity poskytované formou poukázek jsou hlavní výhodou zaměstnaneckých odměn, ušetří totiž zaměstnanci i zaměstnavateli až 36 % nákladů. Zvolit pro své zaměstnance vhodné benefity není nic jednoduchého. Při řešení otázky, jaké benefity vybrat, se firmy začínají ohlížet po atraktivních výhodách. Ideální přitom je, aby tyto benefity byly daňově uznatelné.

Nejrozšířenějším benefitem je i nadále zaměstnanecké stravování – STRAVENKY. V současnosti se díky stravenkám pohodlně stravuje několik stovek tisíc zaměstnanců po celé České republice. Stravenky jsou daňově uznatelným nákladem, nepodléhají ani dani z přidané hodnoty. Navíc jsou osvobozené od daně z příjmů a odvodů na sociální a zdravotní



pojištění. Dalším typem zaměstnaneckých benefitů jsou volnočasové poukázky. Zaměstnanci, kteří jako benefit v zaměstnání využívají příspěvky formou poukázek na volný čas, jsou spokojenější, což má tedy i pozitivní vliv na odvedenou práci. Volnočasové poukázky přispívají k celkové životní vyrovnanosti a pomáhají budovat stabilitu mezi životem a prací.

Zaměstnanci je nejčastěji využívají ve sportovních a kulturních zařízeních, jako jsou bazény, solária, fitness, relaxační centra, kina, divadla, ve vzdělávacích a zdravotních zařízeních – lázně, lékárny, masáže, rehabilitace, jazykové školy a vzdělávací centra. Benefitů na péči o zdraví je opravdu mnoho – jsou to dále

například příspěvky na vitaminy či očkování proti chřipce, permanentky na plavání, do fitness center, lázeňské či ozdravné pobyty atd.

Priority zaměstnanců jsou rozdílné, proto většina z nich oceňuje možnost výběru z pestré nabídky motivačních benefitů. Širokou paletu zaměstnaneckých benefitů ve formě poukázek nabízí např. Le Chèque Déjeuner. Bližší informace na www.seky.cz nebo na www.mujsek.cz. (komerční sdělení)



VOX a.s.

a doc. PhDr. Jan URBAN, CSc.,
pro Vás

**Motivace, hodnocení a odměňování
zaměstnanců**

1. a 2. 11. 2010

KÓD: 008830 CENA: 7188 Kč

**Zaměstnanecké benefity – formy, trendy,
efektivita**

3. 11. 2010

KÓD: 008820 CENA: 3828 Kč

Více na www.vox.cz.

PwC studentský barometr

Společnost PricewaterhouseCoopers zveřejnila první závěry ze série průzkumů chování studentů převážně ekonomických vysokých škol „PwC Studentský barometr“. Průzkum odhalil velkou mezeru na „trhu“ studentských organizací i řadu zatím nevyužitých příležitostí, které se firmám a studentům nabízejí. Jen zhruba třetina studentů (39 %) ví, které firmy jsou partnery jejich univerzity či fakulty. Zapojení studentů do aktivit mimo školu a dostupnost informačních zdrojů představuje výzvu i pro studentské organizace a média. Přibližně pětina studentů je členem nějaké studentské organizace. Jen něco přes polovinu studentů má povědomí o tom, že na jejich škole působí nějaká studentská organizace. Naopak druhá polovina studentů (46 %) nezná žádnou studentskou organizaci na své škole. Obdobná situace je i na „studentském mediálním trhu“. Jen necelá třetina studentů (32 %) čte studentské časopisy.

Průzkum ukázal, že i v době elektronických médií čtou studenti denní tisk nebo časopisy. Téměř třetina studentů (32 %) čte deník MF Dnes, více než pětina Hospodářské noviny (21 %). Shodně 6% čtenost mají Lidové noviny a týdeníky Ekonom a Euro. Pět procent studentů zmínilo deník E15 a týdeník Reflex. Podíváme-li se na elektronická média, téměř třetina studentů (31 %) chodí na iDnes.cz, více než pětina (21 %) na Seznam.cz a více než desetina (11 %) na iHNed.cz. (red)

ArcelorMittal Ostrava si připraví novou generaci ocelářů

Největší tuzemská hutní společnost ArcelorMittal Ostrava si chce připravit vlastní generaci ocelářů. Do konce září kvůli tomu přijala do speciálního programu 25 čerstvých absolventů vysokých a středních škol. Stanou se prvními zaměstnanci firmy, kteří projdou dlouhodobým tréninkem. Díky němu najdou uplatnění napříč společností. „Víme, že nutně potřebujeme novou generaci odborníků. Zruční doba na specializovaných technických pozicích se nepohybuje v řádu měsíců, ale roků, takže máme nejvyšší čas vychovávat nové odborníky,“ uvedl personální ředitel ArcelorMittal

(Pokračování na stránce 3)

PRÁVNÍ PORADNA

Vy se ptáte ... Podmínky kvalifikační dohody

„Dobrý den, ke zvýšení kvalifikace v souvislosti s plánovaným povýšením mám absolvovat tříměsíční kurz marketingu. Zaměstnavatel po mně žádá uzavření kvalifikační dohody, dle které se zavazuji pracovat u něj po dobu 4 let, jinak mi prý nebude platit náhradu mzdy za čas strávený na školení. Má na to nárok a co taková kvalifikační dohoda obnáší? Skutečně bych měla setrvat v tomto zaměstnání 4 roky?“

Zákoník práce ukládá zaměstnavateli, aby pečoval o odborný rozvoj zaměstnanců, do kterého náleží rovněž zvyšování kvalifikace. Zvyšování kvalifikace není povinností zaměstnance, zaměstnavatel Vám jej tudíž nemůže uložit. Pokud jste se však dobrovolně rozhodla ke zvýšení kvalifikace absolvováním odborného kurzu a Váš zaměstnavatel Vás v tomto zámeru podpořil, je na dohodě mezi Vámi a zaměstnavatelem, za jakých pracovních podmínek kurz absolvujete. Je-li zvýšení Vaší kvalifikace v souladu s potřebami Vašeho zaměstnavatele, plynou Vám některé úlevy přímo ze zákona. Mezi nimi především pracovní volno k účasti na výuce, a to s náhradou mzdy. Na náhradu mzdy přitom máte nárok bez ohledu na to, zda byla či nebyla uzavřena kvalifikační dohoda. Náhrada se poskytuje ve výši průměrného výdělku.

Při rozhodování o tom, zda je zvyšování kvalifikace v souladu s jeho potřebou, však může zaměstnavatel, k zajištění návratnosti vynaložených nákladů, navrhnout sjednání kvalifikační dohody. Podstatou této dohody je závazek zaměstnance, že po stanovenou dobu setrvá v pracovním poměru u zaměstnavatele, který mu umožní zvyšovat kvalifikaci. Náležitostí dohody je vedle druhu kvalifikace a způsobu jejího zvýšení zejména doba, po kterou má zaměstnanec setrvat v zaměstnání. Maximální přípustná délka je 5 let a počítá se od dosažení zvýšení kvalifikace. Do doby setrvání v zaměstnání se přitom nezapočítává doba případné rodičovské dovolené. V zásadě platí, že délka této doby by měla být úměrná k předpokládané době výuky a celkovým nákladům zaměstnavatele.

Další náležitostí kvalifikační dohody je určení druhu nákladů a celkové částky nákladů, kterou bude zaměstnanec povinen uhradit zaměstnavateli, pokud nesplní svůj závazek setrvat v zaměstnání. Zákoník práce sankcionuje

nedodržení závazku setrvat v zaměstnání po sjednanou dobu povinností zaměstnance uhradit zaměstnavateli náklady, které vynaložil na zvýšení jeho kvalifikace. Hradí se skutečné náklady, které může tvořit např. kurzovné, učební pomůcky, cestovné atp. Všechny druhy nákladů musejí být ve smlouvě specifikovány. Pokud nedojde ke sjednání žádných těchto doplňujících výloh hrazených zaměstnavatelem, bude nutné vrátit zaměstnavateli pouze částky vyplacené na náhradu mzdy.

Povinnost nahradit náklady v případě dřívějšího odchodu ze zaměstnání musí být v dohodě limitována celkovou částkou, která bývá zpravidla vyjádřena cifrou, přičemž náklady zaměstnavatele přesahující tuto částku hrazeny nebudou. Částka náhrady nákladů zaměstnavateli se poměrně snižuje v případě, že zaměstnavatel nesplnil svou povinnost setrvat v zaměstnání jen částečně. Tj. například ve Vašem případě, byla-li sjednána tato doba na 4 roky a ze zaměstnání odejdete po roce od dokončení zvyšování kvalifikace, porušila jste povinnost ze tří čtvrtin, a tedy budete hradit tři čtvrtiny výše nákladů zaměstnavatele, která byla sjednána v kvalifikační dohodě. Povinnost k náhradě nákladů pochopitelně nevznikne, dá-li Vám zaměstnavatel výpověď z jiného důvodu než pro porušení povinností zaměstnance. Další omezení vzniku povinnosti hradit náklady zaměstnavatele na zvýšení kvalifikace stanoví zákoník práce.

Kvalifikační dohoda může být uzavřena i v případě prohlubování kvalifikace. Na rozdíl od zvyšování kvalifikace se jejím prohlubováním nemění její podstata. Jde tedy o průběžné doplňování kvalifikace, které umožňuje zaměstnanci výkon sjednané práce, a proto je ze zákona jednou z povinností zaměstnance. Podmínkou sjednání kvalifikační dohody v tomto případě je výše předpokládaných nákladů, která musí dosahovat alespoň 75 tisíc Kč. Ačkoliv v zásadě platí, že zaměstnavatel může zaměstnanci k prohloubení jeho kvalifikace uložit účast na školení, v případě, kdy předpokládané náklady přesahují danou částku, takový postup ze strany zaměstnavatele již možný není.

Aleš Klech a Helena Šindelová
Advokátní kancelář Havel & Holásek

(Pokračování ze stránky 2)

Ostrava Ctírad Lolek. V příštích čtyřech letech odejde z ostravských hutí do důchodu více než 110 zaměstnanců. Firma si proto zpracovala výhled požadavků na odborníky. Bude potřebovat zejména absolventy oborů Fakulty metalurgie a materiálového inženýrství a Fakulty strojní. Ale příležitost dostanou i absolventi středních škol s maturitou ze studijních oborů hutník, mechanik seřizovač, mechanik elektrotechnik nebo mechanik strojních zařízení. „Vytvořili jsme zajímavý tréninkový program pro čerstvé absolventy škol. Je tak šance vychovat generaci mladých odborníků, které budou moci naši zaměstnanci postupně předat to nejценnější, čím disponují, své znalosti a dovednosti,“ dodal Lolek.

Podle něho se jedná o roční adaptační program pro čerstvé absolventy vysokých a středních škol. V něm jsou absolventi škol zařazeni na konkrétní pracovní pozici.

Nová generace ocelářů také absolvuje kurzy komunikačních dovedností, týmové práce a angličtiny.

Také druhá největší tuzemská huť Třinecké železářny si sama připravuje budoucí oceláře. Loni kvůli tomu založila vlastní střední školu. Vzdělávací instituce s více než 700 studenty vznikla převzetím střední školy v Trinci-Kanadě na Frýdecko-Místecku.

PERSONÁLIE

- Představenstvo asociace direct-marketingových agentur **ADMAZ** doplnil **Tomáš Jindříšek**, ředitel internetové agentury Ogilvy Interactive. Nahradil odstoupivší **Naďu Šolcovou** (Mather RMG).
- Společnost **Heineken ČR** bude mít novou mluvčí. **Kateřinu Beute**, která odchází na mateřskou dovolenou, vystřídá **Dagmar Krausová**. Manažerkou korporátních vztahů nadále zůstává **Kateřina Eliášová**.
- **Veronika Zemanová** nastoupila v září na pozici account manažerky do **České olympijské**, s níž spolupracovala již během svého působení v agentuře Concept One.
- Marketingovou komunikaci **LMC**, provozovatele pracovních portálů Jobs.cz a Prace.cz, řídí **Lucie Brichová**. Ve funkci nahrazuje **Radku Pokornou**. Více než deset let působila v oblasti client service v Young & Rubicam či Leo Burnett.
- Marketing společnosti **Jan Becher** v ČR a SR vede nově **Ludmila Stephkov**, bývalá oblastní ředitelka Pernod Ricard Afrika a Střední východ v Paříži.
- **František Havlík** bude v agentuře **4P&P** odpovědný za merchandising projektů, outsourcing obchodních zástupců a prodej v nových obchodních kanálech.



**Manažeři a personalisté, čtěte www.hrnews.cz
první portál s nabídkou 18 tisíc článků pouze pro Vás**

„HR News nám dává tipy na zlepšení komunikace a práce s lidmi.
Posiluje se tak úloha HR v naší firmě.“

Petr, 35 let, HR manažer

HR NEWS
www.hrnews.cz

TRH PRÁCE

Vláda schválila změny v podpoře v nezaměstnanosti

Vláda schválila novelu zákona, která podstatně změní podmínky pro pobírání podpory v nezaměstnanosti. Změnu přinese novela i pracovním agenturám. Mezi největší novinky, které novela přináší, patří to, že lidé si nebudou moci k podpoře v nezaměstnanosti přivydělat polovinu minimální mzdy, tedy 4000 Kč, jako v současnosti. Pokud by zároveň s podporou měli další příjem, na podporu by ztratili nárok.

Novela také předpokládá, že pokud člověk ukončí zaměstnání vlastní výpovědí nebo dohodou se zaměstnavatelem, bude v závislosti na věku pobírat podporu 5 až 11 měsíců ve výši 45 % průměrného měsíčního čistého výdělku nebo vyměřovacího základu. Pokud naopak výpověď dostane, zůstane mu podpora v současné výši, tzn. v prvních dvou měsících 65 %, další dva měsíce 50 % a po zbývajících 45 %. Podporu v nezaměstnanosti navíc proti současnému stavu nebude podle novely po nějaký čas dostávat ani člověk, který dostane při odchodu ze zaměstnání odstupné. Dostane ji až po uplynutí doby, která odpovídá výši odstupného. Pokud tedy dostane při odchodu tři měsíční platy, na podporu bude mít nárok až po třech měsících po ukončení zaměstnání.

Novela současně zavádí jako nový nástroj aktivní politiky zaměstnanosti státní příspěvek nezaměstnaným, kteří se rozhodnou podnikat. Podporou podnikání u lidí bez práce chce vláda naplnit sliby v oblasti snižování nezaměstnanosti. Příspěvek se má podle novely poskytovat

až na dobu pěti měsíců, má být ve výši čtvrtiny průměrné mzdy v národním hospodářství za první tři čtvrtletí předchozího roku. Kdyby bylo možné příspěvek dostat již letos, budoucí podnikatel by dostal až 28 620 Kč. Příspěvek se má vyplácet jednorázově. Peníze bude moci nezaměstnaný využít na provozní záležitosti, jako je např. nájemné provozovny a výdaje za její rekonstrukci, náklady na dopravu materiálu a výrobků, ale i na daň z přidané hodnoty.

Agenturám práce novela přináší povinnost sjednat pojištění pro případ svého úpadku i úpadku svých firemních klientů, a to až do výše trojnásobku průměrného měsíčního výdělku všech svých agenturních zaměstnanců. Dále budou potřebovat ke své činnosti souhlas ministerstva vnitra. Změní se i některé další podmínky pro provozování agentury. Např. ji bude moci být odejmuto povolení k činnosti, pokud zprostředkovává práci v rozporu s dobrými mravy.

Důvodem, proč vláda novelu schválila, jsou úspory, které přinese státnímu rozpočtu. Změnou zákona by podle důvodové zprávy mohl stát získat 720 mil. Kč, 100 mil. Kč chce věnovat na podporu podnikání nezaměstnaných, naproti tomu 820 mil. Kč by mohl ušetřit odebráním podpor lidem, kteří si v nezaměstnanosti přivydělávají. Novela ještě musí projít Poslaneckou sněmovnou a Senátem a musí ji podepsat prezident. Pokud se tak stane včas, začne platit od 1. ledna 2011.

Certifikát etnický přátelského zaměstnavatele

Podnikatelé s rovným přístupem k uchazečům o práci mohou nově získat certifikát Ethnic Friendly zaměstnavatel. V ČR jej uděluje občanské sdružení IQ Roma servis (IQRS), které se zaměřuje zejména na práci s romským etnikem. Podle ředitelky občanského sdružení IQRS Kataríny Klamkové již certifikát obdrželo kolem 20 firem. Stále však podle ní přetrvává mezi podnikateli nedůvěra především k romským občanům. „Míra diskriminace jde napříč všemi segmenty. Naši klienti pracují především ve stavebnictví, strojírenství a službách. Nejčastěji se jedná o předsudky toho rázu, že uchazeč o práci ani nedostane šanci zaměstnavateli ukázat své lidské a profesní vlohy,“ řekla Klamková. Uchazeči se tak podle ní nedostanou často ani k pohovoru nebo k přijetí do pracovního poměru na zkušební dobu. Projekt Ethnic Friendly zaměstnavatel se také v letošním roce stal součástí kampaně EU „Pro rozmanitost. Proti diskriminaci.“ Aktuální kampaň provozuje Generální ředitelství pro zaměstnanost, sociální věci a rovné příležitosti Evropské komise a jejím cílem je poskytovat informace o otázkách diskriminace a rozmanitosti.

• Za marketingovou komunikaci platební brány PayU, kterou provozuje společnost **Aukro**, je nově zodpovědná **Michaela Balarinová**. Předtím působila jako junior strategic planner v agentuře JWT Praha.



• Do manažerského týmu **AVG Technologies**, výrobce antivirového softwaru, na pozici výkonného ředitele přímo podřízeného generálnímu řediteli J. R. Smithovi nastoupí **Clent Richardson**. Díky svým třicetiletým zkušenostem z oboru pomůže společnosti v jejím dalším rozvoji. Předtím působil ve funkci prezidenta, generálního ředitele a člena dozorčí rady společnosti Immersion Corporation, světového lídra v inovativním rozvoji dotykové technologie.

• Novým ředitelem sekce kancelář ústředí **ČNB** se od 1. října stal **Vladimír Kolman**, který dosud zastával funkci ředitele sekce lidských zdrojů. Jeho zařazení na toto vedoucí místo schválila bankovní rada.



• Jako country sales & marketing manager ve společnosti **TNT Express ČR** od srpna pracuje **Petr Zajíc**. Bude zodpovědný za marketing všech produktů TNT Express a za cenovou politiku firmy. Současně bude řídit náklady a plánovat rozvoj tržeb v obchodním oddělení. Do jeho kompetencí spadá i zajištění efektivní struktury a zdrojů v rámci prodeje a marketingu nebo hodnocení pozic TNT Express na českém trhu.

• Firmám **Student Agency** a **RegioJet** podnikatele Radima Jančury bude nově dělat PR manažera dosavadní ředitel odboru produktů a obchodu Českých drah **Aleš Ondřík**. RegioJet ani její vlastník Student Agency dosud neměly funkci PR manažera nebo tiskového mluvčího obsazenu. Ondřík v minulých letech pracoval postupně jako mluvčí ČD, jako jejich marketingový ředitel a posléze jako ředitel odboru produktů a obchodu.

• **Jan Galář** rozšiřuje kolektiv právníků advokátní kanceláře **MT Legal** a nastupuje do nově otevřené pobočky v Ostravě. Jeho specializací bude oblast veřejného investování, zejména veřejné zakázky a koncese.

• Generálním ředitelem **AEGON Česká republika** byl jmenován **Andrew Cohen**. Od 13. září tak vede obě společnosti, AEGON Pojišťovnu, a.s., a AEGON Penzijní fond, a.s.

HRM

5. ROČNÍK

OREA Hotel Pyramida, Praha - 7.10.2010
 Info & on-line registrace: www.hrevent.cz

SPOLEČNÝ PROJEKT:

 MEDIÁLNÍ PARTNEŘI:

“

Jak zhodnotit a lépe rozvíjet lidský kapitál?

”

&

Vyhlášení ocenění **HR MANAGER ROKU 2010** a **TALENT ROKU 2010**

Newsletter **HRM line** vydává **Economia, a.s.**,
ve spolupráci s personální a poradenskou kanceláří

HOFÍREK

CONSULTING

20

Slavíme dvacet let.

www.hofirek.cz

HR MANAGEMENT – PDF servis vydavatelství **Economia, a.s.**, a firmy **HOFÍREK CONSULTING**. Registrován pod ISSN 1803-3903. Kontakt: <http://www.hofirek.cz>; paha@hofirek.cz, Pobežní 4, 186 00 Praha 8, tel.: 224 990 160. Vychází jednou za 14 dní. Kontakt na redakci: On-line divize odborného tisku, **Economia, a.s.**, Dobrovského 25, 170 55 Praha 7. Alena Kazdová, šéfredaktorka, tel.: 233 071 634, fax: 233 071 472, alena.kazdova@economia.cz, Milada Chlebounová, redaktorka, tel.: 233 073 154, milada.chlebounova@economia.cz, Jan Kulich, marketingový manažer, tel.: 233 071 423, jan.kulich@economia.cz, Aleš Zavoral, manažer inzerce, tel.: 233 071 781, ales.zavoral@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 jakákoli další publikace, přetištění nebo distribuce (tištěnou i elektronickou formou) jakéhokoli materiálu nebo části materiálu zveřejněného v tomto PDF servisu. Neoznačené články jsou ze servisu agenturního zpravodajství ČTK, která si vyhraduje veškerá práva. PŘIHLÁŠENÍ-ODHLÁŠENÍ PDF SERVISU: