

line HRM

9. 9. 2011
číslo 15

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

OSOBNOST MANAŽERA

„Jmenuji se Igor Hnízdo“

Kdo z nás by si s úsměvem nevzpomněl na jedinečný český film Obecná škola, natočený v roce 1991 a pojednávající o vztahu mezi učitelem a žáky na obecné škole, kde učitele excelentně ztvárnil Jan Tříska. Ve snímku je zachyceno krátké euforické období po 2. světové válce a mnoho méně či více úsměvných historek dětí navštěvujících obecnou chlapeckou školu. Svou předchozí učitelku žáci dohnali do blázince. Výměnou za ni byl Igor Hnízdo. Chodí ve vojenské uniformě a se zbraní. Zavede ve třídě tuhý režim, v jehož dodržování mu pomáhá i rákoska. Přesto ho chlapci, kterým vypráví poutavé válečné historky, začnou téměř bezmezně obdivovat. Igor Hnízdo má však slabost pro mladé slečny a jedna bývalá milénka, kterou Hnízdo opustil kvůli dvěma mladším studentkám, na něj napíše udání, takže mu hrozí trest za mravní delikt. Žáci se za svého učitele postaví, a dokonce poprou jeho fyzické tresty.

Je úsměvné, jak se různé historky z filmu prolínají s dnešní manažerskou praxí. Například dvouminutová scéna, kdy nový učitel přichází poprvé před žáky. Vzpomeňte si, jaký byl váš první kontakt s vašimi podřízenými či kolegy. Co se stalo: Sebevědomě se žákům přestavil, auditivně stvrdil své jméno. První porušení pravidel řešil „příkladem“. Přesně popsal situaci „co se stalo“, než následoval trest. Jasně řekl ihned po provedení trestu, za co byl žák potrestán. Přiznal, že trestat se nemá, pokud se dodržují nastavená pravidla. Na důkaz přátelství a dobrého vztahu následovalo po trestu podání ruky a poděkování. Upozornil žáky na to, že zná prostředí, do kterého vstupuje. Navíc si jej vybral dobrovolně. Dal najevo své postavení a cíl, který má splnit.



Chci upozornit, že učitel nebyl zlý, zákeřný, nešlo mu o ponižování, trestání. Naopak dal najevo pravidla, přirozenou autoritu a důslednost. Podporoval Důvěru, Uvědomění, Odpovědnost (DUO) u žáků, což jsou základní principy koučovacího přístupu nejen při vedení podřízených.

Dalo by se říci, že ve dvou minutách prvního kontaktu se svými podřízenými nastavil rámec spolupráce. Vést lidi a firmy je velká zodpovědnost. Role manažerů a lídrů je klíčová proto, aby lidé chtěli ve společnosti pracovat a podávali dobrý výkon. Naštěstí dnešní vedení společnosti se od direktivního řízení posouvá do nedirektivního. Role lídra nebo manažera se mění. Přirozená autorita, důslednost a spravedlivost však zůstává. Zaměstnanci ji vyžadují. Vyplývá to i z popisu níže. V textu jsem kurzívou označila charakteristiky, které se objevují ve scéně.

Mezi základní hodnoty odpovědných manažerů a lídrů patří zejména tyto: (podle Prof. Coimbatore Krishnarao Prahalad, zdroj: internet)

1. Pochopení podstaty **nekonformity**. Schopnost vést lidi a firmy je o změnách, nadějích a budoucnosti. Opravdoví vůdci musí být schopni odvážit se **vstoupit do neznámého prostředí**. Z tohoto důvodu musí zvládat intelektuální osamění i mnohoznačnost.

2. Dávat najevo svůj závazek k **neustálému vzdělávání a osobnímu rozvoji**. Musí mít **informace a náskok, aby mohli předávat své vzdělání nevzdělanému**.

3. Mít schopnost **vnímat svou výkonnost v kontextu** a širokém úhlu. Manažeři a lídři častokrát zažijí **úspěchy i selhání**. Pokora

(Pokračování na stránce 2)

V aktuálním čísle měsíčníku HR Management



se mimo jiné dočtete:

- Inovace – zdroj motivace a rozvoje lidí
- Nové metody vyhledávání talentů
- Představujeme TOP 10 osobností HR
- Firemní kultura a CSR

Ukázkové číslo ZDARMA a předplatné:
tel. 800 110 022, www.ManagerWeb.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

AKTUÁLNĚ

Personalistika a finance aneb Peníze nejsou všechno

Ve čtvrtek **22. září 2011** se v Konferenčním centru VŠFS, o.p.s., v Praze uskuteční odborná **konference Personalistika on-line**, kterou pořádá Klub personalistů ČR. Bude zaměřena na práci personalistů z hlediska finančního a ekonomického. V programu vystoupí např. ekonom Dr. Tomáš Sedláček, člen NERV, právník JUDr. Radovan Bernard, personální ředitel Mgr. Jan Března, konzultant Mgr. Jaroslav Seifert, PharmDr. Radim Petráš a další. V doprovodném programu bude předváděn personální SW a odborné publikace.

Klub personalistů si letos připomíná 20 let od svého založení a právě na konferenci se sejdou všichni, kteří se podíleli na jeho založení a rozvoji. Bližší informace najdete na: www.klubpersonalistu.cz. (red)

Firmy hledají obchodní zástupce, řidiče a manažery

Zaměstnavatelé letos v létě nejvíce hledají obchodní zástupce, administrativní pracovníky, řidiče či manažery. Proti loňsku nejvýrazněji stoupl jejich zájem o programátory, IT analytiky a bankovní specialisty. Z hlediska oborů se v tomto roce zvýšila poptávka zejména o zaměstnance ve strojírenství. Vyplývá to z ankety ČTK mezi pracovními servery.

Největší zájem mají zaměstnavatelé o pozice obchodního zástupce (2685 nabídek), administrativního pracovníka (1352), programátora (1263) a prodáváče (1025). Dalšími často poptávanými profesemi jsou např. asistentka v administrativě (993), bankovní poradce (811) či IT konzultant (552). Srovnatelný počet nabídek se přitom nachází ještě v celé

(Pokračování na stránce 2)



7th INTERNATIONAL
COACHING CONFERENCE



ARE YOU READY FOR CHANGE?
MAXIMIZE YOUR **POTENTIAL!**

COACHING AND LEADERSHIP IN TURBULENT TIMES

OCTOBER 13, 2011, PRAGUE, BILINGUAL www.koucinkcentrum.cz/konference-2011



Sir John Whitmore
GB



Dr. Bob Krieger
USA



Prof. Philippe Rosinski
BELGIUM

(Pokračování ze stránky 1)

v dobách úspěchu a odvaha při selhání jsou znaky dobrých manažerů a lídrů.

4. Naučit se vycházet a přijímat všechny ostatní. Dobří manažeři a lídři **nedělají rozdíly**. Málokdo je schopen srovnat se s těmi, kteří nejsou jako on.

5. Lidé očekávají **spravedlnost, ne zvýhodnění**. Většině nevádí rozhodnutí, které není podle jejich představ, *pokud je spravedlivé a transparentní na základě faktů*.

6. Objevit významnost **loajality k organizaci**, profesi, společnosti, veřejnosti a rodině. Mnoha úspěchů by manažeři a lídři nedosáhli bez **rodiinné podpory**.

7. Přijmout **osobní zodpovědnost** za výsledky, *průběh událostí i spolupracovníky*. Osobní závazek za výsledek ovlivňuje nejen jeho dosažení, ale i nás jako osobnost.

8. Manažeři a lídři jsou **součástí velmi úzké a výsadní skupiny**. Což je silná stránka, ale i kříž. Vyvážit úspěchy soucitem a vědomostí

pochopením není vždy jednoduché, ale nutné.

9. Očekávat hodnocení **za to, co se skutečně udělalo**, ne za to, co říkáme a chceme udělat. *Oddělit aktivity od výsledků je zásadní*.

10. Schopnost vést druhé je o **sebeuvědomění**, rozpoznání vlastních selhání a rozvoji skromnosti, pokory a lidskosti.

Zamyslete se nad tím, jaký byl váš první vstup do nového týmu, před vaše podřízení, do společnosti. Jaká pravidla byla v prvních minutách nastavena a jak vás ostatní vnímali a přijali. Pokud přicházejí noví kolegové, jak oni na vás působí, jaká pravidla nastavují. Pravidla nejsou zákony. Jsou měnné. Můžeme je tedy kdykoli v čase díky naší roli lídrů nebo manažerů nenásilně měnit a upravovat. Záleží jen na vás, jaký manažerský styl si zvolíte. Zda nařízenou autoritu a direktivu, nebo koučovací přístup (DUO).

Lenka Zelingrová, výkonná ředitelka
Koučink Centrum, s.r.o.

GENERAČNÍ ASPEKTY

Zaměstnanci Generace Y – jejich potřeby a očekávání

Hays spolupracuje s mezinárodními společnostmi působícími v oblasti sdílených služeb již od počátku svého působení v regionu střední Evropy. Každá země v této oblasti zaznamenala v posledním desetiletí extrémní nárůst poptávky po mladých, perspektivních a dynamických pracovnících. Pro mnoho ze zaměstnavatelů tak nyní vyvstává otázka: Pracujeme s těmito talenty a jejich potenciálem efektivně? Chceme a dokážeme je udržet do budoucna v naší organizaci?

„Hlavními poptávajícími po těchto uchazečích, které chceme zmínit, jsou Shared Services Centra ve střední Evropě, konkrétně se jedná o ČR, Polsko a Maďarsko. Důvody, proč jsou tato centra rozšířená v našem regionu, jsou zřejmé: Výrazně nižší náklady na provoz (až o 50 % nižší než v západní Evropě), vysoký počet potenciálních kvalifikovaných zaměstnanců s vysokoškolským vzděláním a s aktivní znalostí jednoho až dvou světových jazyků.“ zmiňuje Radka Vantuchová, Corporate Accounts Manager ze společnosti Hays Czech Republic.

Vzhledem ke stále intenzivnější potřebě společností pracovat efektivněji s Generací Y, jsme si vzali za cíl vytvořit dotazník, díky kte-

rému jsme zjistili potřeby a očekávání zaměstnanců v tomto dynamickém sektoru služeb. Dotazník byl elektronicky distribuován na začátku roku 2011 do více než 30 nejvýznamnějších Center Sdílených Služeb v ČR, Polsku a Maďarsku a s celkovým záběrem na více než 10 tisíc profesionálů (od juniorů až po top management). Relevantní zpětnou vazbu jsme obdrželi od více než 4000 respondentů.

Výzkum potvrdil, že hlavním základem lidského kapitálu v těchto organizacích jsou mladí lidé do 30 let věku, spadající do tzv. věkové kategorie „Generace Y“ (generace narozená po roce 1976). Jsou opravdu lidé narození po roce 1976 jiní? Podíváme-

li se blíže na mladou generaci, která nyní hýbe světem, pak zjistíme, že tito mladí považují peníze za nástroj k uspokojení svých současných potřeb. Rádi a bez problémů se zadluží, nemají akutní potřebu dlouhodobě šetřit. Jejich prioritou je žít svůj život nyní, ne až v budoucnu, a zároveň najít ideální balanc mezi zaměstnáním a soukromým životem. Jsou přesvědčení, že za svou práci mají dostat adekvátní ohodnocení, a pokud odměna není podle jejich představ, začínají se rozhlížet po zajímavější

(Pokračování na stránce 3)



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

**HOFIREK
CONSULTING**

www.hofirek.cz

(Pokračování ze stránky 1)

řadě profesí z oboru prodej a obchod, řekl Tomáš Dombrovský, mluvčí společnosti LMC, která provozuje servery Prace.cz a Jobs.cz. Mezi nejpoptávanějšími profesemi nejvýraznější meziroční změna zájmu nastala v případě programátorů – počet nabídek vzrostl o 48 %, výrazný růst zájmu firem je i o bankovní specialisty (o 41 %), IT analytiky (o 45 %) či kvalitáře (o 46 %). U profesí z oboru prodej a obchod se zájem firem změnil jen málo, u některých poptávka i trochu klesla (např. u account manažerů o 13 %). Největší meziroční posuny jsou patrné u profesí ve strojírenství, výrobě a průmyslu či v elektrotechnice a energetice. Např. poptávka po obráběcích kovů vzrostla meziročně trojnásobně, více než dvojnásobný počet pracovních inzerátů byl vystaven také pro mechaniky, projektanty, konstruktéry či vedoucích výroby.

Firmy dávají na penzijní připojištění

Výše příspěvku na penzijní připojištění, které firmy nabízejí svým zaměstnancům, roste. Zatímco na konci března 2008 dosahoval v průměru 530 Kč, o rok později 580 Kč a na konci letošního 1. čtvrtletí 600 Kč. Příspěvek nabízí více než 20 % českých firem a využívají ho dvě třetiny jejich zaměstnanců. Uvedla to ČSOB. Obliba benefitu přitom podle ní vzrůstá. Důvody jsou hned dva: finanční krize a plánovaná důchodová reforma. Firmy nabízejí svým zaměstnancům i životní pojištění – jich je 54 %, přispívají částkou od 100 do 2000 Kč měsíčně. Navýšit nebo nově zavést tento příspěvek chce dalších 5 % firem.

Nezaměstnaný stojí 109 tisíc ročně

Nezaměstnaný člověk stojí státní rozpočet v průměru 109 625 Kč ročně. To představuje celkové roční náklady ve výši desítek miliard korun. Vyplývá to ze studie vysoké školy Unicorn College. V roce 2009 podle studie stáli nezaměstnaní český státní rozpočet přes 76 mld. Kč, tj. asi 6,5 % celkových výdajů rozpočtu. Hlavní část nákladů tvoří podpora v nezaměstnanosti a ušlý výběr sociálního a zdravotního pojištění. Studie počítá i se sníženými výdaji nezaměstnaných, které vedou k nižšímu výběru přímých a nepřímých daní.

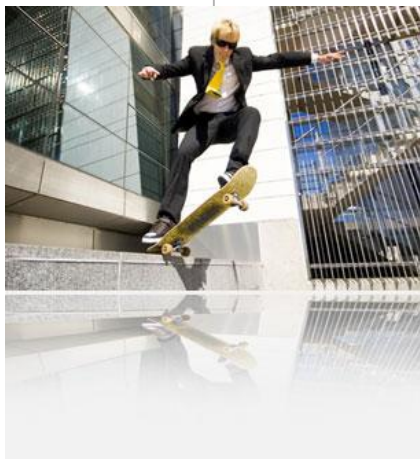


FIREMNÍ VZDĚLÁVÁNÍ
Zákaznická orientace



(Pokračování ze stránky 2)

příležitosti. Nejen finance jsou však podstatné pro jejich život – je pro ně velmi důležitý i osobní či odborný rozvoj a úspěch v práci. Nejsou však ochotni obětovat své soukromí, rodinu, vztahy a koníčky pro svého zaměstnavatele tak, jako tomu bývalo u starších generací preferujících stabilitu, jistotu bez překážek a dlouhodobou hodnotu. Jednotným rysem této generace je také častější střídání zaměstnání. Důvody jsou různé, nikoli však negativní: získání různorodé zkušenosti, zajímavější finanční hodnocení nebo více vyhovující kolektiv a firemní kultura. Generace Y hledá ideální pozici, v níž optimálně uplatní již nabyté zkušenosti, bude se učit a rozvíjet, získá respekt a bude se jí naslouchat. Tito lidé nemohou být považováni za loutky – chtějí a nebojí se vyjádřit otevřeně své názory, byť v rozporu s názory vedení společnosti, bojují za svá práva a nemají strach v případě nevyslyšení společnost opustit. Mnoho společností se teprve nyní učí naslouchat potřebám těchto mladých lidí a zjišťuje, jakým způsobem získat zájem těch nejlepších, potažmo jak je udržet ve své organizaci i přes stále sílící konkurenční prostředí na trhu práce.



Fakta z průzkumu hovoří jasně a otevřeně a prezentují profil těchto pracovníků, či potenciálních uchazečů. Při čtení následujících informací mějme však na paměti, že se jedná o respondenty působící v mezinárodních společnostech v tzv. „White Collar“ pozicích (bílé límečky = zaměstnanci působící v kancelářském prostředí).

Typický profil zaměstnance mezinárodní společnosti z Generace Y:

- a) 95 % Gen Y dokončilo VŠ vzdělání (Bc, Ing, Mgr...), 10 % pokračuje v navazujícím studiu (MBA, PhD aj.).
- b) 70 % Gen Y získalo alespoň krátkodobou pracovní zkušenost ze zahraničí.
- c) Gen Y je ochotna přijmout zaměstnání i pouze díky svým přátelům, kteří zde působí.
- d) Gen Y hledá balanc mezi pracovním a soukromým životem.
- e) Gen Y je generací žijící „tady a nyní“ – chce okamžité zhodnocení svého úsilí.
- f) Gen Y je motivována, pracuje tvrdě, rychle a přizpůsobuje se.
- g) Gen Y přemýšlí o svěřených projektech více jako o příležitosti k dosažení úspěchu.
- h) Gen Y chce být vyslyšena a respektována.

Se širší nabídkou a příležitostmi na trhu práce oproti minulosti přichází také možnost pro uchazeče zvolit si nabídku odpovídající nejen jejich profesní kvalifikaci, ale i jejich očekáváním (kultura společnosti, možnost rozvoje a růstu apod.).

Nejdůležitější faktory ovlivňující výběr zaměstnání Generace Y jsou tyto:

- a) možnost využití cizích jazyků (58 %),
- b) profesní rozvojové a tréninkové programy (55 %),
- c) mezinárodní/multikulturní pracovní prostředí (54 %),
- d) finanční ohodnocení srovnatelné s tržní nabídkou (47 %),
- e) možnost kariérního růstu (46 %),
- f) participace na zajímavých a náročných projektech (44 %),
- g) přátelský kolektiv a prostředí (39 %),
- h) stabilní (32%) a kreativní (31%) pracovní prostředí,
- i) jméno a značka společnosti na trhu (29%).

Zajímavý je zde fakt, že samotné jméno společnosti je primárně důležité pouze pro necelou třetinu respondentů z Generace Y. Díky tomu společnosti, které se na trhu začínají nově rozvíjet nebo ještě stále nejsou plně etablované, mají stejnou

šanci získat kvalitní mladé zaměstnance stejně jako silní mezinárodní hráči.

Dále jsme z odpovědí zaznamenali, že je pro tuto skupinu zaměstnanců velmi důležitý faktor transparentní komunikace mezi manažery a kolegy (45 %), možnost využití flexibilní pracovní doby (32 %), pocit vlastní důležitosti v koloběhu firemního života jako celku (28 %) a pravidelná hodnocení a předávání zpětné vazby od nadřízeného (23 %).

V tomto průzkumu jsme se zabývali skupinou vysoce motivovaných mladých lidí, s vyšším a vysokoškolským vzděláním a znalostí cizích jazyků, s kratší či delší pracovní zkušeností. Tito lidé hledají nové výzvy, reagují na podněty a nabídky z trhu a jsou otevření novým příležitostem. Cítí-li, že nejsou pro své zaměstnavatele nezbytně důležití a není jim věnována adekvátní péče, pak se rozhodují rychle a nebojí se změnu realizovat. Pokud však najdou zaměstnavatele, který se je snaží pochopit a vychází vstříc jejich očekáváním, stávají se velice cennou hodnotou v organizaci.

Radka Vantuchová
Corporate Accounts Manager
Hays Czech Republic

PERSONÁLIE



- Spolupracující advokátní kanceláře **Ambruz & Dark/Deloitte Legal** posílily svůj tým o advokátku **Jaroslavu Ignácikovou**. Specializuje se na právo obchodních společností se zaměřením na odpovědnost managementu a

Corporate Governance.

- Mezinárodní investiční skupina **NATLAND Group** oznamuje jmenování **Vladimíra Brůny** finančním ředitelem. Přichází ze společnosti Ernst & Young.

- Provozně-technickým ředitelem společnosti **Veolia Transport Praha** byl jmenován **Bohumil Klempíř**. Přichází ze sesterské společnosti Veolia Transport Východní Čechy. Nastupuje po **Jiřím Kolářovi**, který přijal jiné místo v rámci skupiny Veolia Transport.

- Ředitelem marketingu a strategie značky **Škoda** v ČR byl jmenován **Martin Lauer**, dosavadní vedoucí image značky.

- Obchodní a marketingovou ředitelkou **Microsoftu** je od 1. 8. Belgičanka **Carmen Du Bois**. Ve funkci nahradila **Petra Karáskova**.

- **Volksbank CZ** má od srpna novou ředitelku marketingu a komunikace **Renatu Němcovou Pixovou**. Ve vedení marketingu Volksbank střídá **Petra Žibřida**.

- **Martina Schiestlová** je od srpna zodpovědná za řízení a rozvoj lidských zdrojů ve společnosti **Deloitte**.

- Prezidentem **UPS Europe** zodpovědným za Evropu, Blízký východ a Afriku byl jmenován **Jim Barber**. Ve funkci střídá **Wolfganga Flicka**, který odchází do penze. Barber ve společnosti působí 26 let.

- **Ernst & Young** jmenoval **Martinu Kneiflovou** ředitelkou v oddělení Human Capital.

- **Generali pojišťovna** má nového vrchního ředitele – vedením úseku Product management & Operations je pověřen **Jiří Střelický**. Přichází ze sesterské pojišťovny Generali v Polsku. Ve funkci nahradí **Petra Hájka**, který zůstává předsedou představenstva penzijního fondu Generali a nyní vede jednání o svém dalším působení v rámci skupiny Generali.

- Do funkce marketingového manažera **Plzeňského Prazdroje** postoupil **Karel Kraus**, dosavadní senior brand manažer značek Pilsner Urquell a Master. Povede tým odpovědný za značky Velkopopovický Kozel (pro ČR i zahraniční trhy), Radegast, Primus a Klasik.

- Dlouholetého jednatele tuzemských hypermarketů **Globus Petra Vyhnálka** ve funkci vystřídá **Franz Schmitt**.

- Výkonným ředitelem likérky **R. Jelínek** se stal **Richard Švéda**. Přichází ze společnosti Bochemie.

Profesia days
Veletřh práce

VÝSTAVIŠTĚ PVA LETŇANY PRAHA
19. - 20.10.2011

TVOŘTE S NÁMI NEJVĚTŠÍ VELETRH PRÁCE
V ČESKÉ REPUBLICE

WWW.PROFESIADAYS.CZ

PRŮZKUM

Klíč k úspěchu vidí podnikatelé v životních zkušenostech

Pro podnikatelský úspěch jsou klíčové životní zkušenosti a víra ve vlastní úspěch, vyplývá z průzkumu společnosti Ernst & Young. Naproti tomu mezi jeho největší překážky patří nedostatek peněz, odborníků a chybějící know-how. Průzkum mezi podnikateli z celého světa mapuje jejich společné podnikatelské znaky, problémy a cíle. Na 45 % respondentů začalo podnikat až po třicítce. Téměř 60 % podnikatelů bylo v minulosti zaměstnanci jiných společností a 33 % považuje právě tyto zkušenosti za klíčové pro podnikatelský úspěch. „Výsledky průzkumu boří zažitý stereotyp, že každý úspěšný podnikatel začíná s podnikáním, aniž by dokončil vysokou školu a měl nějaké pracovní zkušenosti,“ uvedla vedoucí partnerka Ernst & Young v ČR Magdalena Souček.

Na otázku, z čeho pro svou podnikatelskou kariéru čerpali největší poučení, odpověděla třetina oslovených podnikatelů, že to byly jejich zkušenosti z předchozího pracovního poměru. Na 30 % uvedlo vysokoškolské vzdělání a 26 % mentora. „Podnikatelé z celého světa se shodli na tom, že pro úspěšného podnikatele jsou dnes jeho rané podnikatelské zkušenosti, kulturní zázemí a vnější prostředí stejně důležité jako jeho charakterové vlastnosti. Zdá se, že pro formování podnika-

telského způsobu myšlení je důležitější to, čím člověk v životě projde, než to, s čím se narodil,“ dodala Souček.

Na otázku, které jsou tři nejdůležitější vlastnosti úspěšného podnikatele, odpověděly více než tři čtvrtiny respondentů, že podnikatel musí mít vizi, vášeň, zaujetí pro věc (73 %) a tah na branku (64 %). Na čtvrtém místě podnikatelé zmínili čestnost, následovaly novátorství, schopnost jít do rizika či odolnost. Naproti tomu podnikatelů, kteří uvedli flexibilitu (33 %), důraz na kvalitu (18 %) nebo loajalitu (14 %), bylo podstatně méně.

Většina podnikatelů se zdaleka nespokojí jen s jedním podnikem. Na 60 % respondentů průzkumu založilo ve své dosavadní kariéře minimálně tři společnosti, 20 % minimálně šest, desetina uvádí dokonce více než deset nově založených společností. To ovšem neznamená, že při založení nové společnosti tu předchozí úplně opustí. Na 45 % oslovených podnikatelů uvedlo, že si ponechali obchodní podíl v každém z předchozích podniků, 28 % alespoň v některém z nich.

Společnost Ernst & Young oslovila 685 podnikatelů z celého světa a provedla detailní pohovory s vítězi národních kol celosvětové soutěže Podnikatel roku.



Změnit místo je nejvhodnější jednou za pět a více let

Změnit zaměstnání je podle většiny návštěvníků pracovního portálu OnlinePráce nejvhodnější jednou za pět a více let. Shodlo se na tom 61 % z téměř 1400 účastníků červnové ankety. Dalších 28 % respondentů uvedlo, že je vhodné práci měnit jednou za dva až tři roky. Jen 11 % lidí si myslí, že práci lze měnit každý rok. „Lze říci, že hlasující návštěvníci portálu jsou v názoru na střídání zaměstnání relativně konzervativní,“ uvedla Lea Kozáková ze zákaznického servisu OnlinePráce. Obecně je podle ní vhodné práci neměnit příliš často, optimálně za tři až pět let, někdy i více. Časté změny zaměstnání mohou prý uchazeče o novou práci silně limitovat, protože to pro potenciálního zaměstnavatele není dobrý signál – ten si může oprávněně myslet, že ani u něj kandidát dlouho nezůstane. Nápadné časté střídání místa, třeba po roce, také může personalistům signalizovat, že dotyčný kandidát není buď dostatečně zralý, nebo že jde například o konfliktního člověka.

• Viceprezidentem společnosti **Ahold Czech Republic** zodpovědným za marketing, formát a komerční oddělení je od srpna dosavadní obchodní ředitel slovenského Teska **Lukáš Urbánek**. Nahradil tak **Eda van de Weerda**, který se vrátil do Nizozemska.

• **Westinghouse Electric Company** jmenovala do své pražské kanceláře nového manažera, který se bude snažit získat pro koncern zakázku na dostavbu jaderné elektrárny Temelín. Je jím **Alexander Cumming**. Cumming se přidal k **Charlesi Wernerovi**, který bude koordinovat kontakty mezi centrálou Westinghouse a českým průmyslem. Oba zůstávají podřízeni **Kerrymu Hanahanovi**.

• Finančním ředitelem **ING Pojišťovny** byl jmenován **Marco Adriaan Fredriks**, který přichází z Centra sdílených služeb ING v rumunské Kluži. Na pozici ředitelky marketingu a přímé distribuce nastoupí **Zdenka Pelikánová**. Součástí obchodního týmu ING se stane obchodní ředitelka **Kateřina Štěrbová**.

• Generálním ředitelem společnosti **Synthesia Pardubice** se stal **Daniel Kurucz**, dosavadní předseda představenstva. Ve funkci vystřídal **Daniela Tamchynu**.

• **Chris Skirrow** se ujal vedení auditorských služeb společnosti **PwC** v ČR. Funkci převzal od **Paula Cunninghama**, který se tak bude moci plně věnovat své roli vedoucího partnera pro oblast služeb finančním institucím v regionu střední a východní Evropy. Skirrow přichází z **PwC Rusko**, u **PwC** je více než 30 let.

• **Roman Fink**, finanční ředitel **Direct Pojišťovny**, je od května členem představenstva.

• Generálním ředitelem společnosti **Essex** se stal **Renaud Stern**. Vystřídal tak **Thierryho Le Marre**, který byl jmenován generálním ředitelem společnosti **Fiditalia** v Miláně.

• **Jiří Poláček** se stal novým provozním ředitelem inkasní společnosti **M.B.A. Finance**. V **M.B.A. Finance** působí již od roku 2008.

• Obchodním ředitelem **TV Barrandov** se stal **Marek Klain**. Obsadil novou pozici, která dosud v Televizi Barrandov nebyla. Klain dříve působil ve společnostech **CET 21**, **MAG MEDIA 99** a **FTV Prima**.

• Posilou týmu marketingové komunikace **Air Bank** je **Monika Kozáková**. Od roku 2007 pracovala v České pojišťovně, předtím ve vydavatelstvích **Ringier** a **Economia**.

• **Jan Rezek** se stal manažerem korporátního marketingu a komunikace ve společnosti **T-Systems Czech Republic**. Odpovídá tak za marketing a interní komunikaci lokální pobočky na mezinárodní úrovni ve skupině **Deutsche Telekom**, jejíž je **T-Systems** součástí.

• Marketingovým ředitelem značky **Volkswagen** v ČR se stal **Pavel Demartini**. Nahradil **Markétu Vojáčkovou**, která odejde na mateřskou dovolenou.

• Pozici head of strategic planning agentury **Lowe Praha** od 1. 9. zastává **Jiří Žižka**. Přichází z agentury **Mark/BBDO**.

HRM
CONFERENCE | 2011

www.hrevent.cz

OREA Hotel Pyramida, Praha 5. 10. 2011

Největší odborné setkání HR Managerů v ČR!

Jak motivovat a udržet
ve firmách klíčové lidi?

Volba Osobnosti HR 2011 v „přímém přenosu“!



Sponzor: blue events ekonomia
Odborný garant: HRM HUMAN RESOURCES MANAGEMENT