

line HRM

15. 6. 2012
číslo 12

ELEKTRONICKÝ NEWSLETTER MĚSÍČNÍKU HUMAN RESOURCES MANAGEMENT
VYDÁVÁ ECONOMIA, A.S., PARTNEREM NEWSLETTERU HR MANAGEMENT JE PRACOVNÍ PORTÁL PROFESIA.CZ, WWW.PROFESIA.CZ

NOVÉ TRENDY

Budou rodinné firmy hnacím motorem české ekonomiky?

Podle pravidelného průzkumu celosvětové sítě poradenských společností KPMG Business Leaders Barometer – Jak uspět v měnícím se světě je 87 % majitelů a výkonných ředitelů rodinných firem v Česku přesvědčeno, že jejich podniky začínají tvořit páteř domácí ekonomiky. Za stavební kameny jejich stability považují především dlouhodobé plánování, flexibilitu a etiku v podnikání. Vůbec nejvýznamnější je v současné době pro české rodinné firmy zajištění efektivity nákladů. Rovných 80 % českých firem v rodinném vlastnictví by uvítalo větší podporu státu, a to především v podobě finančních dotací.

„Rodinné firmy budují majitelé s vidinou dlouhodobé perspektivy. Jejich cílem obvykle nebývají okamžité zisky, ale snaha vystavět trvalou hodnotu, která se bude předávat z generace na generaci,“ říká Milan Bláha, Partner, KPMG Česká republika.

V rukou rodinných firem se v současnosti nachází přibližně 80 % světového podnikání, na chodu českého hospodářství se firmy v rodinném vlastnictví podílejí zhruba z jedné třetiny. Ke světovým rodinným podnikům se řadí Henkel, C&A či pivovarnická skupina Anheuser-Busch, mezi přední české hráče patří například KOH-I-NOOR HARDTMUTH, AGRO CS nebo potravinářský výrobce Emco. Ačkoli jsou Češi považováni spíše za skeptiky, majitelé rodinných firem hodnotí svou hospodářskou budoucnost kladně. České podniky v soukromém vlastnictví považuje za čím dál silnější motor ekonomiky 87 % respondentů. Mezi účastníky průzkumu z regionu EMEA (Evropa, Blízký východ, Afrika a Karibik) tento názor naopak zastává 62 % majitelů rodinných firem. V rodinných firmách Češi

věří především vlastním manažerským schopnostem. Externího manažera by proto do vlastní firmy nepřijala více než čtvrtina majitelů těchto podniků. „Češi stále preferují rodinné příslušníky a zejména do nejvyšších funkcí nejsou ochotni dosazovat manažery zvenku. Rozhodovací pravomoci totiž chtějí mít pevně ve svých rukou,“ vysvětluje Milan Bláha. Průzkum dále ukázal, že v budoucnosti plánuje jen 66 % českých majitelů rodinných firem zapojit do vedení externí manažery. Ve světě naopak sahají majitelé firem po službách vrcholových manažerů mimo rodinný kruh celkem běžně.

České rodinné firmy sice věří ve svůj potenciál, rády by však více vyhledávaly pomoc ze strany státu. Hned 80 % dotázaných je přesvědčeno, že by stát měl více podporovat model rodinného podnikání a vytvořit pro něj vhodné podmínky včetně odpovídajících dotací. Naproti tomu v regionu EMEA jsou nároky na

podporu státu nižší – za významnou ji zde považuje 60 % firem. Efektivita nákladů představuje pro celý region vůbec nejvyšší prioritu. Přizpůsobit svou podnikatelskou činnost tomuto požadavku chce 73 % českých a 40 % zahraničních firem. Za hranicemi směřují podnikatelé svou pozornost také k přípravám na změny obchodních modelů podnikání (22 % odpovědí), což je pro tuzemské podnikatele jen okrajové téma (2 %). „Zajímavý výsledek přinesl průzkum také v rámci řízení hotovosti a pracovního kapitálu, který by chtělo zlepšit 15 % českých a 36 % zahraničních firem. Důvodem může být na straně domácích rodinných podniků větší přetlak peněz na českém bankovním trhu, případně i neochota českých majitelů se zadlužovat,“ uzavírá Milan Bláha. (red)



V aktuálním čísle dvouměsíčníku HR Management

se mj. dočtete:



- Jak zabránit podvodům ve firmách?
- Analytické myšlení a výběr zaměstnanců
- Trainee programy jako zkouška ohněm
- Motivace a odměňování pracovníků
- Metody a formy rozvoje zaměstnanců

Ukázkové číslo ZDARMA si objednejte na
<http://predplatne.ihned.cz/predplatne/zkouska.php?tit=HR&pref=1>

Předplatné si zajistíte na
<http://www.economia.cz/predplatne>

economia
OBSAH ROZHODUJE

KRÁTCE

Ocenění českých podnikatelek

Podniky, které vedou povinně podvojně účetnictví dle Zákona č. 563/1991 Sb. o účetnictví, mají nejméně 10 zaměstnanců, jsou 100% vlastněné Českou a fungují pod jejím vedením nejméně čtyři roky, mohou změřit své úspěchy v kategoriích malá, střední a velká společnost. Jejich majitelky se tak zapojí do 5. ročníku soutěže celorepublikové soutěže Ocenění českých podnikatelek – OCP.

V rámci soutěže budou uděleny ceny v těchto kategoriích: V první kategorii „Česká zakladatelka, která podnik vlastní a řídí“ budou uděleny ceny za první až třetí místo v podkategoriích Malá společnost (10–24 zaměstnanců), Střední společnost (25–99 zaměstnanců) a Velká společnost (100 a více zaměstnanců). CCB – Czech Credit Bureau vybral z databáze kandidátky na účast v 5. ročníku. Po prověření 11 321 firem prošlo kritérii soutěže 340 společností, které se budou moci přihlásit k letošní účasti. Druhá kategorie „Cena GE Money Bank – Výjimečná podnikatelka“ bude vyhodnocena bez ohledu na počet zaměstnanců. Hodnotí se vliv na obohacení trhu nebo společnosti, zohlednění sociálních a jiných aspektů její činnosti. Třetí kategorie „Výjimečný růst firmy“ hodnotí výjimečný růst činnosti firmy za poslední tři sledované roky bez ohledu na kategorii, ve které je firma zařazena. Čtvrtá kategorie „Cena za inovativní řešení“ hodnotí inovativní přístup firmy za poslední tři sledované roky bez ohledu na kategorii, ve které je firma zařazena.

Více informací o soutěži naleznete na www.oceneniceskychpodnikatelek.cz. Uzávěrka přihlášek je 26. září. Vyhlášení vítězů proběhne 6. listopadu.

Najděte své talenty na veletrhu práce

2012
Profesia days
Veletrh práce
www.profesiadays.cz

Rezervujte si svůj
stánek již dnes
24.-25.10.2012
PVA EXPO PRAHA

Vytvořte s námi největší HR událost

HR days
Odborný veletrh
www.hrdays.cz

FIREMNÍ KULTURA

Interní komunikaci chybí větší podpora managementu

Interní komunikace spadá v českých firmách nejčastěji pod personální oddělení, starají se o ni jeden dva zaměstnanci, a i když je vnímána jako důležitý faktor v rámci fungování společnosti, schází jí podpora managementu a dostatek času a vůle odpovědných osob. Vyplyvá to z průzkumu mezi českými firmami, který letos zrealizovala společnost LMC s Institutem Interní Komunikace (IIK). Cílem bylo zjistit, kolik firem se interní komunikací vůbec zabývá, jaké používají nástroje a co vnímají jako největší překážky jejího lepšího využití.

Firmy věří, že interní komunikace funguje

Průzkumu se zúčastnilo 252 respondentů z řad managementu z 225 firem, z nichž polovina má méně než 250 zaměstnanců. Ukázalo se, že interní komunikaci se žádným způsobem nezabývá téměř třetina oslovených firem. Přitom naprostá většina dotázaných (95 %) uvedla, že interní komunikace podle nich ovlivňuje pracovní výkon, chování a jednání zaměstnanců. Celých 70 % společností potvrdilo, že interní komunikaci používají a mají nastavený systém a pravidla, která ji upravují a pomáhají řídit. V těchto firmách se o interní komunikaci nejčastěji stará jeden (36 %) nebo dva (20 %) zaměstnanci. Tradičně mají interní komunikaci na starosti personalisté, na které ji deleguje 40 % oslovených firem. Za nimi se s velkým odstupem umístily marketingové (10 %) a IT oddělení (8 %), u něhož se jedná pravděpodobně o používání nástrojů elektronické komunikace, jako je e-mail, intranet apod. Samostatné oddělení interní komunikace mají jen ve 3 % dotázaných společnostech.

Chybí čas a chuť

„Komunikace v rámci firmy ovlivňuje výkon zaměstnanců, a čím je firma větší, tím obtížnější je zajistit, aby fungovala dobře. Zásadní roli zde hraje firemní kultura, která určuje styl a tón komunikace. Zdrojem firemní kultury je do značné míry management společnosti a na něm také záleží, zda a jakým způsobem se bude interní komunikace využívat,“ uvedla Veronika Špachtová, ředitelka oddělení péče o zaměstnance společnosti LMC. Téměř všechny firmy

z průzkumu věří, že interní komunikace má zásadní dopad na chod firmy. Zároveň ale výsledky napovídají, že management význam interní komunikace nedoceňuje a dostatečně neprosazuje. Téměř polovina dotázaných (46 %) uvedla, že se osoba zodpovědná za interní komunikaci podílí na strategickém řízení společnosti. Příležitosti k prosazování role interní komunikace tedy ve velké části firem jsou. Čím to tedy je, že je interní komunikace stále ještě hodně opomíjena? Špatně nastavené procesy byly hodnoceny spíše jako menší překážka. Za hlavní nepřátele byly označeny nedostatek času a vůle.

Moderní nástroje si razí cestu pomalu

Na poli nástrojů využívaných k interní komunikaci se lze setkat hlavně s těmi tradičními.

Telefon a e-mail používají denně tři čtvrtiny zúčastněných firem. Využívá se, i když méně často, také intranet (téměř 40 %), na oblibě získávají SMS, především pro kratší sdělení. Následují klasické nástěnky, které mohou působit jako přezítka, nicméně své místo v interní komunikaci si úspěšně drží. V menšině jsou za-

tím moderní nástroje jako interní sociální sítě, blogy nebo interní Wiki. „Tyto moderní nástroje jsou poměrně běžné a velmi sofistikované u firem jako IBM nebo ČEZ, nicméně začínají se objevovat již i u středních firem, které postupně zjišťují, že nejen velkým firmám se vyplatí investice do nástrojů zefektivnění interní komunikace. Umožňují lepší sdílení informací napříč odděleními i úrovněmi a poskytují potřebnou motivaci zaměstnanců, kteří získávají pocit, že i na jejich názoru záleží,“ doplňuje Tomáš Poucha, spoluzakladatel IIK. „Průzkum bohužel potvrdil, že management českých firem interní komunikaci stále nedoceňuje. Považuje ji za samozřejmost, které se nemusí věnovat příliš pozorností, firmy nevěří, že by její zefektivnění mohlo přinést znatelný posun v hospodářských výsledcích, a ty, které se do nějakého projektu v této oblasti přece jen pustí, bývají velmi překvapeny. A to nejen vyčíslitelnými přínosy, ale také změnou klimatu ve firmě směrem ke spokojenějším a loajálnějším zaměstnancům.“

(red)



Newsletter HRM line vydává Economia a.s.
ve spolupráci se společností Profesia CZ, spol. s r.o.



Dovolujeme si vás pozvat **24.-25.10.2012**
na odborný veletrh HR days a veletrh
práce Profesia days

HR days
Odborný veletrh
www.hrdays.cz

Profesia days
Veletrh práce
www.profesiadays.cz

Jobs.cz: Poptávka firem po pracovnících v květnu stoupla

Poptávka firem po zaměstnancích zůstává letos nízká. V květnu bylo na portálu Jobs.cz 22 639 pracovních pozic, tj. o 1,4 % více než v dubnu. Proti stejnému období loni to je ale pokles o 9,1 %. Vyplyvá to ze statistiky společnosti LMC, která Jobs.cz provozuje. „Květnový vývoj potvrzuje, že již nejde o pouhý krátkodobý výkyv v poptávce firem po nových zaměstnancích. Od letošního února se počet míst drží na srovnatelné úrovni, zatímco loni na jaře jsme byli svědky výrazně rostoucí poptávky, spojené především s oživením v průmyslu a výrobě,“ uvedl analytik LMC Ondřej Mysliveček. Fakt, že se obavy zaměstnavatelů z dalšího vývoje ekonomiky nyní silněji promítají do jejich náborových aktivit, dokládá také mírný pokles v dosud velmi zdravém strojírenství.

Počet pozic vhodných pro absolventy v květnu stoupl na letošní maximum 4104. Proti dubnu jde o 6,5 % nárůst, v meziročním srovnání ale pokles o 16,3 %. Opět se ukazuje, že v případě jakýchkoliv potíží jsou na pracovním trhu nejvíce ohroženi právě čerství absolventi, zvláště ti bez předchozí praxe. Situaci by mohla vylepšit podpora zkrácených pracovních úvazků a flexibilního zaměstnávání obecně. Počet pozic na zkrácený úvazek v květnu činil na Jobs.cz pouze 4,3 % ze všech obsazovaných míst.

Mzdy rostou hlavně vzdělaným a těm s nejvyššími výdělky

Mzdy dlouhodobě rostou nejvíce vysokoškolákům a lidem s nejvyššími příjmy. Od roku 1988 si nejvíc polepšili pracovníci ve finanční sféře, personalisté a lékaři, naopak horníkům, slévačům a řidičům reálná mzda klesla. Na tiskové konferenci o tom informovali představitelé Českého statistického úřadu.

Největší reálný nárůst mezd zaznamenali vedoucí pracovníci v peněžnictví, a to z 6718 na 117 618 Kč, tedy o 243 %. Lékařům vzrostla mzda o 129 % na 59 tisíc Kč. Naopak např. horníkům klesla reálná mzda (po odečtení inflace) o více než 2 % – v roce 1988 brali

(Pokračování na stránce 3)

HRM

CONFERENCE | 2012

OREA Hotel Pyramida, Praha 17. 10. 2012
Největší české odborné setkání HR managerů
v novém formátu!

www.hrevent.cz

Vzdělanost + zaměstnanost = konkurenceschopnost?



Přímá volba Osobnosti HR 2012

Společný projekt: blue events | economia | Odborný garant: HRM HUMAN RESOURCES MANAGEMENT

RELAXACE

Profesionálové se nedokážou o dovolené zbavit práce

Kdo se to plíží zadním východem z letní rezidence se smartphonem v ruce, aby mohl tajně pracovat? Téměř třetina (29 %) pracovníků v České republice nebude během tohoto léta řádně odpočívat. Místo toho, aby relaxovali u bazénu a strávili nějaký čas se svými rodinami a přáteli, budou každý den trávit až tři hodiny práci. Mezi vytrvalými profesionály, kteří prostě nedokážou na chvíli vypnout, je menší nově tvrdé jádro opravdových workoholiků. O dovolené bude pracovat více než tři hodiny 15 % dotázaných. Tito pracovníci tedy budou zanedbávat své blízké, jen aby uspokojili svou závislost na práci. Takové jsou některé ze znepokojivých výsledků vycházejících z nejnovějšího průzkumu společnosti Regus, během něhož bylo dotázáno přes 16 tisíc respondentů z více než 80 zemí.

Nejenže si čeští pracovníci berou na dovolenou příliš práce, ale až příliš velká část jich nebude navíc schopná se odtrhnout od svých smartphonů a netbooků. 22 % dotázaných dokonce uvádí, že budou pracovat i na lehátku – jen o trochu méně než obvykle. Takže místo toho, aby si užili trochu volného času se svými nejbližšími, budou se snažit zvládnout najednou všechen pracovní stres, našťavané partnery i zklamané děti. Pracovní volno je důležité nejen

pro upevnění vztahů a kvůli odpočinku, ale může také znamenat rozdíl mezi zdravým a vyhořelým pracovníkem. Výzkumy ukazují, že vystresovaná mysl je ideální živnou půdou pro různé úzkostné stavy, a proto je důležité, aby se profesionálové čas od času uvolnili a opravdu si odpočinuli od práce.

Serge Dupaux, generální ředitel společnosti Regus pro ČR, poznamenal: „Díky technologickým pokrokům mohou být pracovníci stále připojeni k podnikovým sítím, a snadno tak podlehnou pokušení zkontrolovat e-maily a dokončit pár úkolů, které v nich naleznou. Ve světě smartphonů, netbooků a připojení k internetu dostupnému téměř všude je velmi obtížné opravdu vypnout, ale pro zachování zdraví je nezbytně důležité občas si dát pauzu a věnovat nějaký čas odpočinku, rodině a přátelům. Chtějí-li firmy zajistit, aby jejich pracovníci zůstali šťastní, zdraví a produktivní, musejí nutně nalézt způsoby, jak zlepšit efektivitu a zvýšit produktivitu, aby zaměstnanci nemuseli pracovat ve svém volném čase. Pokud firmy pracovníkům poskytnou větší flexibilitu, zkrátí jejich dobu dojíždění do práce a umožní jim pracovat blíže domovu, mohou zlepšit svou efektivitu a jejich zaměstnanci si budou moci dovolenou opravdu užít.“ (red)



TRH PRÁCE

Personálním agenturám vadí podmínky MPSV

Personální agentury mají výhrady k podmínkám, které jim chce stanovit Ministerstvo práce a sociálních věcí pro shánění míst pro nezaměstnané. Kritéria jsou prý obtížně splnitelná v případě zaměstnávání osob, které jsou bez práce déle než rok. Předmětem kritiky byla i podmínka sehnat třem pětinaš uchazečů zaměstnání na dobu neurčitou. Informoval o tom týdeník Euro. „Splnění nastavených parametrů je nereálné a vytváří velký prostor ke zneužití,“ říká prezidentka Asociace poskytovatelů personálních služeb Jaroslava Rezlerová.

Agentury mají pomoci se sháněním pracovních míst poté, co o tuto agendu přišly úřady práce, na které naopak přešlo vyplácení sociálních dávek. Agentury mají být vybírány ve výběrových řízeních, které vyhlásí krajské pobočky úřadu práce. Obsahem dohody bude i seznam uchazečů o zaměstnání, kterým bude agentura zprostředkovávat zaměstnání.

„Agentury práce budou motivovány tak, aby se jim podařilo umístit uchazeče o zaměstnání

v krátké době. Čím dříve uchazeče o zaměstnání umístí, tím dříve získá následnou bonifikaci,“ řekla mluvčí ministerstva Viktorie Plívová. Za každého převzatého uchazeče má agentura dostat odměnu 5000 Kč, která se zvýší o 1250 Kč, pokud uchazeč získá zaměstnání. Jestliže si jej udrží alespoň půl roku, získá agentura prémii 600 Kč. Pokud ale agentury uvedené podmínky nesplní, má se jim odměna krátit. Z uchazečů, jimž mají agentury najít práci, jich prý bude 70 % obtížně umístitelných. Patří mezi ně starší lidé či se zdravotním postižením. Přitom 60 % uchazečů mají agentury zajistit práci na dobu neurčitou.

Podle asociace jsou to absurdní podmínky.

„Ve Francii během dvou let stoupla úspěšnost sdíleného zprostředkovávání o 60 %, když byla povolena možnost nejen vyhledávání do trvalých pracovních poměrů, ale i dočasného přidělování, a to jak na dobu neurčitou, tak určitou,“ uvedla Rezlerová. V ČR to prý ale možné nebude.



(Pokračování ze stránky 2)

7199 Kč, nyní necelých 36 tisíc Kč. Zatímco v roce 1988 medián, tedy mzda prostředního zaměstnance, činila zhruba 3300 Kč, nyní je kolem 21 500 Kč.

Průměrná mzda v ČR loni meziročně vzrostla o 522 Kč na 24 319 Kč. Byla tak vyšší meziročně o 2,2 %. Reálně po odečtení inflace se zvýšila o 0,3 %. ČSÚ ovšem znovu zopakoval, že dvě třetiny zaměstnanců na průměrnou mzdu nedosáhnou. Růst je navíc podle dat ČSÚ zkreslen právě tím, že rostou mzdy hlavně vzdělaným a těm s nejvyšším výdělkem. Loni byla nejčastější mzda u žen 16 tisíc Kč a mužů 21 tisíc Kč hrubého.

Poptávka po brigádách vrcholí

Na pracovních serverech vrcholí poptávka po pracovnících na letní brigády a výpomoci. Letní brigády hledá až 90 % studentů, šanci získat ji má podle personální agentury Adecco 80 % z nich.

Letos čeká brigádníky nová komplikace. Od dubna musí doložit výpis z dokumentace od svého praktického lékaře, za který se platí.

Další potíží jsou nové podmínky dohody o provedení práce, kterou uzavírá přes 90 % brigádníků. Z výdělků nad 10 tisíc Kč měsíčně se totiž nově platí zdravotní a sociální pojištění.

PERSONÁLIE



• Na pozici tiskové mluvčí Skupiny ČEZ, specializující se především na zahraniční akvizice, nastoupila **Barbora Půlpánová** (foto). Ve funkci vystřídá **Evu Novákovou**, která odchází na mateřskou dovolenou. Barbora Půlpánová mj. působila jako redaktorka a moderátorka Regionální televizní agentury a Českých médií.

• **David Bradá** opustil pozici generálního ředitele kreativní mediální agentury Attention! Media patřící do skupiny Omnicom Media Group. Nyní se bude věnovat vlastní agentuře **Cream Prague**, která je rovněž zaměřená na kreativitu a média. **Attention!Media** povede **Carl Wright**, dosud client service director.

• Novým business development directorem výzkumné společnosti **Median** je **Zbyněk Gabriel**. Jeho cílem je zvýšit hodnověrnost výsledků výzkumu. Od příštího roku ho Median bude realizovat pro Unii vydavatelů nově spolu s výzkumnou agenturou Stem/Mark, která tak nahradí realizátora GfK.

• **Weronika Kondziolková** se stala ředitelkou pracovního portálu **džob.cz**, který před třemi lety představil originální koncept videovizitek. Kondziolková první pracovní zkušenosti sbírala v personální agentuře, poté se věnovala koordinaci projektů z fondů ESF.

• Na pozici šéfredaktora odborného serveru **Marketing Journal** nastoupil **Petr Michl** a vystřídá tak **Barboru Novosadovou**. Michl působil jako šéfredaktor internetového magazínu iGizmo.cz, redaktor časopisu Fresh marketing a jako copywriter v síti profesionálů na poli firemní komunikace Adison. Občasně působí i jako hudební publicista.

PRÁVNÍ PORADNA

Ptáte se ... Kdy lze použít paušalizaci cestovních náhrad?

Jsmo dceřiná společnost zahraniční společnosti se sídlem v Berlíně. Někteří z našich zaměstnanců jsou pravidelně vysíláni na pracovní cesty do sídla mateřské společnosti a příležitostně do dalších dceřiných společností po Evropě. Slyšeli jsme o možnosti poskytovat cestovní náhrady paušálně a tento způsob by nás z důvodu neustálého papírování kvůli cestovním náhradám zajímal. Můžete nám prosím poradit, zda je v našem případě tato paušalizace použitelná?

Paušalizace cestovních náhrad je skutečně možnost, kterou všem zaměstnavatelům dává zákoník práce ke snížení administrativní zátěže v případech, kdy zaměstnanci konají pracovní cesty pravidelně do stejných míst nebo stejného okruhu míst, za podmínky, že nedochází k přílišným výkyvům ve výdajích. Lze ji použít jak v případě tuzemských, tak i zahraničních pracovních cest. Formálně lze k paušalizaci přistoupit dohodou, vnitřním předpisem nebo individuálním písemným určením. Je tedy zřejmé, že k zavedení paušálních cestovních náhrad zaměstnavatel nepotřebuje souhlas zaměstnance. Ať už zaměstnavatel zvolí jakoukoliv formu, musí být patrné, na jaký okruh zaměstnanců se tato úprava vztahuje, zda paušalizace zahrnuje všechny druhy cestovních náhrad, nebo jen některé a zda jde o denní či měsíční paušál.

Při určení, jaké druhy cestovních náhrad budou paušalizovány a zda budou poskytovány v denní či měsíční formě, by měl zaměstnavatel počítat se skutečností, že je povinen prokázat, z jakých pravidelných a průměrných podmínek rozhodných pro poskytování cestovních

náhrad skupině zaměstnanců nebo jednomu zaměstnanci vycházel. Je nutné vycházet jak z výše již poskytovaných cestovních náhrad, tak z očekávaných průměrných výdajů této skupiny zaměstnanců nebo zaměstnance. Výsledný paušál musí odpovídat objektivně očekávaným výdajům.

Paušální částka zaměstnanci samozřejmě nemusí být vyplácena za dobu, kdy nevykonává práci, a to za dobu omluvené ani neomluvené absence. Proto zákoník práce zároveň zaměstnavateli stanoví i povinnost určit způsob krácení paušální částky za tuto dobu.

Dále bychom rádi upozornili na nutnost v určitých časových intervalech kontrolovat stanovené paušály, zda se významně nezměnily podmínky, za kterých byly vypočteny, a v případě zjištěných změn paušál upravit. Dále je nutné mít ke každé paušalizované náhradě vypracovanou kalkulaci, aby byl zaměstnavatel v případě kontroly ze strany státních orgánů schopen doložit, jakým způsobem byla konkrétní částka stanovena.

Ve vašem případě je tedy nepochybně možné, a zřejmě i hospodárné, cestovní náhrady vyplácet paušálně. Ačkoliv jde zpočátku o poměrně složitý proces, do budoucna se vyplatí jak vám, tak zaměstnanci. Oběma stranám se výrazně zjednoduší administrativa spojená s cestovními náhradami, zaměstnanec je navíc motivován k šetrnému nakládání s takto vyplácenou paušální částkou.

Mgr. Jan Koval a Mgr. Vojtěch Katzer
Havel, Holásek & Partners



• Personální ředitel **Tesco** v Česku **Karel Foltýn** bude mít nově na starosti i personální strategii Tesca na Slovensku, v Polsku, Maďarsku a Turecku. Do Tesca přišel v roce 2009 po 14 letech působení ve společnosti Unilever, kde byl poslední tři roky personálním ředitelem celoevropských týmů marketingu a obchodního oddělení v centrále Unileveru v Holandsku.

• Generálním ředitelem společnosti **Deloitte** ve střední Evropě se stal **Alastair Teare**. Ve funkci nahradil **Michaela Barringtona**, který odešel po více než 37 letech ve společnosti Deloitte do důchodu.

• **Jiří Tourek** byl jmenován generálním ředitelem **Philips ČR** a ředitelem sektoru Philips Lighting. Přichází ze společnosti **Ideal Standard**, kde byl generálním ředitelem pro ČR a SR. V pozici nahradí **Arna Krause**.

• Po odstoupení **Cristině Muntean** je novou předsedkyní **PR Klubu**, který sdružuje zájemce o public relations, **Kateřina Borovanská**, která současně pracuje jako managing director společnosti **Freyja CZ**, jež se specializuje na marketingovou komunikaci pro health care a gastronomii. Místopředsedkyní klubu je nově **Alžběta Pavlinová**, která nahradila **Vladimíra Komjatiho**.

• Šéfredaktorem **Čro 1 - Radiožurnálu** je současný moderátor Ranního Radiožurnálu **Jan Pokorný**. Ve funkci stídá **Petra Součka**, který odchází z osobních důvodů. Pokorný byl šéfredaktorem Radiožurnálu už v letech 2005 až 2008, v Čro působí více než čtvrtstoletí. Hudebním dramaturgem Radiožurnálu se stal **Petr Král**, který dříve pracoval coby moderátor v řadě českých rádií (Evropa 2, Rádio City, Rádio Blaník aj.), v nichž zastával také pozice programového a generálního ředitele.

• Tiskovým mluvčím **Pražské vodohospodářské společnosti** se stal bývalý televizní redaktor a mluvčí České televize **Ladislav Šticha**. Ve funkci stídá **Janu Almerovou**.

• Advokátní kancelář **Havel, Holásek & Partners** ve svém týmu přivítala novou advokátku **Evu Pilařovou**. Bude se specializovat zejména na oblast práva nemovitostí a stavebního práva, práva obnovitelných zdrojů energie a životního prostředí. Předtím pracovala několik let v české kanceláři a v pražské pobočce zahraniční advokátní kanceláře Schönherr.

• V ČR začala fungovat agentura **Performics**, která je spolu se ZenithOptimedia ČR a Starcomem MediaVest součástí skupiny agentur VivaKi (z Publicis Group). Jejím ředitelem se stal **Tomáš Varga**, jenž přechází z postu ředitele digitální divize ZenithOptimedia Prague.

• Šéfredaktorem časopisu **Zbraně & Náboje** je nyní **Petr Kučera**, který vystřídal dlouholetého šéfredaktora **Zdeňka Kašťáka**. Kučera přichází z vydavatelství Bauer Media, kde byl šéfredaktorem Týdeníku Televize.

PRŮZKUM

Vysoká škola zvýší plat v průměru asi o 6000 Kč měsíčně

Vysoká škola zvýší plat v průměru o zhruba 6000 Kč měsíčně. Zatímco absolvent vysoké školy vydělá průměrně 22 712 Kč, absolvent střední školy s maturitou vydělá podle průzkumu Platy.cz společnosti Profesia 16 624 Kč. Za poslední čtyři roky se rozdíl mezi jejich příjmy o několik set korun zvětšil. Hrubý měsíční příjem absolventů vysokých škol stoupl za poslední čtyři roky o 5 %, tedy o 1031 Kč. Hrubý měsíční plat absolventů středních škol stoupl o 3 % (479 Kč). Největší rozdíl v platech mezi absolventy podle úrovně vzdělání je u lidí, kteří pracují v obchodě. Absolvent, který vystudoval vysokou školu, vydělá na pozici pro něj vhodné v kategorii obchod v průměru 24 707 Kč měsíčně. Absolvent střední školy s maturitou na obchodní pozici se svou kvalifikací má plat v průměru měsíčně 13 533 Kč. Na ukončeném vzdělání závisí, jakou pracovní pozici člověk v obchodě zastává. Typická místa v obchodě pro lidi s vysokoškolským vzděláním druhého stupně jsou account manažer (vedoucí řízení prodeje a vztahů se zákazníky), obchodní analytik nebo obchodní referent. Mezi pozice typické v obchodě pro lidi se středoškolským vzděláním s maturitou patří například nákupčí, prodavač, vedoucí prodejny nebo provozu.