

Institut interní komunikace vyhlásil vítěze Grand Prix 2013

SOUTĚŽ

Třetí ročník soutěže Institutu interní komunikace (IIK), která vybírala nejlepší projekty interní komunikace za poslední rok, už má svoje vítěze. Slavnostní vyhlášení proběhlo

13. června 2013 v prostorách společnosti IPSOS na Národní třídě a vítězové budou reprezentovat, stejně jako loni, v evropském kole soutěže FEIEA.

Jaká to je vlastně soutěž?

Dalo by se říci, že dost přísná. Nároky porotců jsou vysoké a debaty při hodnocení bouřlivé, ale cílem soutěže je najít skutečnou kvalitu. Nejde o to, aby všichni odcházeli s oceněním, ale o to, aby byli vybráni ti skutečně nejlepší a hlavně aby se všichni, kdo svoje soutěžní projekty přihlásili, v oblasti interní komunikace posunuli dál.

„Jsme nároční, někdy se na nás lidé zlobí, že nevyhráli. Ale u nás vyhraje ten, kdo jasně ukáže účel a přínos ke zlepšení interní komunikace ve své firmě, a efekt jeho projektu je měřitelný,“ říká k tomu Tomáš Poucha, spoluzakladatel IIK. „Kromě efektivity a kreativity porota zohledňuje také míru novátorství projektu,“ dodává. Přínosem pro soutěžící je pak zevrubná zpětná vazba, které se jim dostane v podobě hodnocení od všech porotců a která jim může napovědět, co udělali dobře nebo naopak jakých se ve své práci dopustili chyb. Organizátoři jsou si vědomi, že pro soutěžící není jednoduché jít s kůží na trh a vstoupit do takto náročného a přísně hodnoceného soutěžního zápolení, proto se rozhodli všem soutěžícím udělit čestné uznání za odvahu, projevenou přihlášením projektu do soutěže.

V letošním roce se soutěžilo v 6 kategoriích, práce posuzovalo 12 porotců rozmanitého profesního záběru, od psychologa a kouče přes marketéry, kreativce, novináře až k pedagogům a odborným konzultantům. Do soutěže se přihlásilo 32 prací, vzniklo k nim 140 unikátních komentářů a v 1. kole hodnocení bylo uděleno 8 335 hodnotících bodů.

V jakých kategoriích se soutěžilo a kdo vyhrál?

První vyhlášenou kategorií byly **Digitální nástroje interní komunikace**, které zahrnovaly newsletter, intranety, komunikační platformy, sociální média, mobilní aplikace, video televizi a workspace. Zvítězil projekt Včelín, který přihlásila Česká spořitelna, a.s. Je to interní sociální síť, podobná Facebooku, která je propojená s intranetem a registruje 80–100 tisíc návštěv od 30 tisíc návštěvníků. Její přínos pro firmu je zřejmý – otevřené diskuse, které tady probíhají, se dostaly až do porad vrcholového vedení, a v této souvislosti je třeba ocenit i odvahu managementu se této nové situaci postavit. Tento projekt získal rovněž speciální cenu poroty. Druhé místo v této kategorii nebylo uděleno, třetí místo získala Telefónica Czech Republic, a.s., za projekt Peněženky necháte doma. Až poprvé zaplatíte Mobicem.

Druhá kategorie **Tiskové nástroje interní komunikace** se zaměřuje na časopisy, brožury, letáky, plakáty, induction a info kity a workspace. V této kategorii letos nebyla udělena žádná cena, ale zato dvě čestná uznání. První z nich získala Kofola ČeskoSlovensko, a.s., za jazyk a čerstvý a neformální styl ve firemním čtvrtletníku Kofomagazín, druhé bylo uděleno společnosti MAKRO Cash & Carry CR s.r.o. za kreativitu a provedení u projektu Makro Rok.

Ve třetí kategorii **Osobní nástroje interní komunikace** soutěžily projekty zaměřené na eventy, konference, setkání či interní programy. Vítězem se stala společnost ČEZ, a.s., se svým projektem ČEZ Management Meeting (CMM) aneb Konference bez prezentací. Jednalo se o netradičně pojatou konferenci 150 top manažerů ČEZ, kterou moderoval známý novinář a moderátor Petr Šimůnek a která spíše než konferenci připomínala zpravodajský pořad. Výsledkem bylo, že po jejím

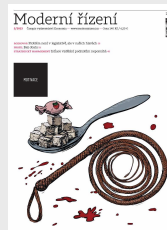
(Pokračování na stránce 2)



CSR ambasadoři: (zleva) Karolína Kříženecká, Siemens, Dana Poul-Graf, spoluzakladatelka IIK, DHL IT Services Tomáš Poucha, spoluzakladatel IIK

Odborný měsíčník Moderní řízení

V aktuálním čísle se mj. dočtete:



- Téma: Když ani nevíme, co nevíme
- Exekutivní management: Jak vybudovat virtuální identitu firmy
- Manažerské dovednosti: Zapomenutý problém: vnitřní výpověď

Objednejte si ukázkový výtisk zdarma na:
marketing.dot@economia.cz

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

Předplatitelé mají přístup do on-line archivu časopisu zdarma, stačí se zaregistrovat na:
<http://predplatitel.ihned.cz>

Jak vybudovat virtuální identitu firmy

Webové stránky jsou dnes prvním místem, kde se zákazníci s vaší firmou setkají. Proto se vyplatí soustředit pozornost na tvorbu webové prezentace. První dojem totiž můžete udělat jen jednou. Bude-li špatný, zákazníci vám nedají možnost jej napravit. Jednoduše zavřou okno prohlížeče a otevřou si stránky některého z vašich konkurentů.

Jak tedy docílit, aby první dojem, který zanecháte, byl pozitivní a mohl být přeměněn v uzavřený obchod? Peter Slávik doporučuje následujících pět pravidel:

- **Dostupnost a funkčnost všude a pro všechny**
- **Originální stránky šité na míru**
- **Přívětivost**
- **Zákaznická podpora on-line: win-win pro vás i pro zákazníky**
- **Seznamte se se svými zákazníky a poznejte jejich chování**

Nezapomínejte ani na sociální síť; ty jsou pro firemní prezentaci stejně důležité jako web. Především mladá generace tráví na Facebooku a Twitteru i několik hodin denně. Dbejte na to, aby vaše profily měly stejný vizuální obraz a styl jako vaše webové stránky – jen tak docílíte jednotné virtuální identity firmy na všech platformách. Buďte na sítích aktivní, snažte se zapojit fanoušky a followery do diskuse, ptejte se jich na názory. Zvýšíte tak šanci, že se přes sociální síť dostanou na váš web, kde uskuteční obchod. Sociální síť však mohou fungovat i jako jeden z nástrojů on-line zákaznické podpory, pomocí něhož uživatelé mohou klást otázky a řešit problémy. Proto nezapomeňte propojit web se sociálními sítěmi.

Více se dočtete v *Moderním řízení* 5/2013.

ZÍSKEJTE NOVÉ ZÁKAZNÍKY

s novými nástroji portálu ProByznys.info

Monitorování
firem, které
navštívily
váš web.



Databáze
podnikatelských
subjektů v ČR.

Profesionální
webové stránky
s vlastní
doménou.



Softwarový
balíček včetně
e-shopu.

ProByznys.info

(Pokračování ze stránky 1)

konání 96 % manažerů lépe chápe situaci na trhu a 100 % z nich hodnotilo obsah jako zajímavý. Druhé místo v této kategorii nebylo uděleno, jako třetí v pořadí se umístila společnost Telefónica Czech Republic, a.s., s projektem Revoluce je tady. Nové tarify FREE.

Čtvrtá kategorie **Netradiční formáty/realizace v interní komunikaci** zahrnuje projekty jako například guerilla či virální kampaň, projekty s netradičním přístupem nebo příspěvky nezařaditelné do jiné kategorie. „Když se nějaký projekt objeví na shortlistu, už to znamená, že je výjimečný,“ podotýká k tomu Tomáš Poucha z IIK. A výběr je skutečně tvrdý, stejně jako diskuse porotců při výběru toho nejlepšího soutěžního projektu. Nakonec v této kategorii získal čestné uznání Slovak Telekom, a.s., za projekt ZMĚNA je to, čo nás ženie dopredu, a vítězství si odnesla společnost DHL Information Services Europe s.r.o. za projekt Women in Business Group. To je diskusní platforma, která se zabývá postavením žen v zaměstnání. Sdružuje dnes už více než 110 členek a umožňuje jim výměnu zkušeností a znalostí, a to s vynaložením nulových nákladů.

Pátá kategorie nese název **Jednorázové a krátkodobé kampaně a strategie** a soustředila takové projekty, které měly dobu trvání do tří měsíců. Čestné uznání získal Slovak Telekom, a.s., za projekt Mat' zodpovednosť sa nám páči, na třetí místo skončila společnost DHL Information Services Europe s.r.o. s projektem The Global Corporate Challenge 2012. Druhé místo nebylo uděleno, ale vítězem celé kategorie se stala firma Seznam.cz, a.s., a její projekt Měsíc kníraté komunikace. Cílem této kampaně byla podpora léčby rakoviny prostaty a díky nejrozličnějším aktivitám, do nichž byly vtaženy i jednotlivé pobočky a spolupracovala na ní oddělení z celé firmy, se nakonec vybralo skoro 200 tisíc Kč. Porota ocenila – kromě jasného finančního efektu – zejména fakt, že se podařilo propojit celou řadu komunikačních kanálů i vytvořit návaznost na externí komunikaci.

Poslední, šestá kategorie nazvaná **Dlouhodobé koncepce a strategie** posuzovala soutěžní projekty s trváním delším než tři měsíce. Nebylo v ní uděleno druhé ani třetí místo, ale jasně zvítězila společnost Siemens, s.r.o., s projektem CSR ambasadori. V jeho rámci vytvořila skupinu 22 ambasadorů, kteří z vlastní iniciativy pomáhají do svých lokalit dostat celofirmní informace o CSR. Výsledkem bylo zvýšení počtu dobrovolníků na dobročinné akce a dárců krve i markantní a prokazatelné zvýšení zájmu o CSR témata v rámci celé firmy. Tento projekt získal speciální cenu poroty.

„Není jednoduché takovou soutěž organizovat a udržovat vysokou kvalitu,“ zhodnotil soutěžní klání Tomáš Poucha. „Dá se říct, že ti, kdo ve svých kategoriích zvítězili, splnili všechny naše velmi náročné požadavky, především možnost kvantitativního hodnocení efektu. Je to důležité pro samotné rozvíjení interní komunikace ve firmách – abychom přesvědčili manažery, že je interní komunikace nutná, musíme jim dát jasné argumenty, co přináší!“ (red)

Inflace vzdělání podnikům nepomáhá

Podle rozšířeného názoru je pro hospodářský růst zcela nezbytná vysoce vzdělaná pracovní síla. Ještě více to údajně platí v podmínkách „znalostní ekonomiky“, ve kterých se vzdělání, zejména vysokoškolské, stává hlavním klíčem k prosperitě. Skutečnost je však složitější, píše Jan Urban v aktuálním čísle Moderního řízení.

Argumentace ve prospěch vysoké vzdělanosti se zdá být samozřejmá. Vzdělanější lidé jsou produktivnější, o čemž svědčí jejich platy, ekonomika vybavená vzdělanějšími pracovníky bude proto nutně bohatší. Význam vzdělání zdánlivě dokládají i srovnání s chudšími státy, které se vyznačují kratší školní docházkou, menšími podíly osob s vyšším vzděláním apod.

Blíží pohled i konkrétní údaje však tuto argumentaci zpochybňují. „Zmasovění“ vyššího, resp. vysokoškolského vzdělání ve skutečnosti není pro vzestup produktivity zdaleka tak důležitý, jak se často předpokládá. Vztah mezi zvyšováním průměrné úrovně vzdělání a národní prosperitou je spíše slabý a nepřímý.

Omezený ekonomický význam vyššího vzdělání potvrzují i mezinárodní srovnání. Ukazují, že úroveň dosaženého vzdělání obyvatel s ekonomickým růstem země nijak výrazně nesouvisí. Platí to pro vztah mezi hospodářskou prosperitou a podíly vysokoškolských studentů i pro závislost mezi matematickými či přírodovědnými znalostmi studentů a ekonomickou výkonností. Podíl VŠ studentů (v odpovídající věkové skupině) v jedné z nejbohatších i nejindustrializovanějších zemí světa, ve Švýcarsku, je nejen dlouhodobě nižší než průměr zemí OECD, ale v rámci této skupiny států dokonce jeden z nejnižších, nižší např. než v Řecku nebo Argentíně. Jeden z nejvyšších podílů vysokoškoláků v odpovídající věkové skupině má naopak Kypr.

Značná část pracovníků vyspělých zemí i v podmínkách „znalostní ekonomiky“ vykonává místa, především v oblasti služeb (například v obchodu, stravování apod.), která příliš vzdělání nepotřebují. Podíl těchto míst, která většinou nelze automatizovat, přitom spíše roste. Vyspělé ekonomiky tak paradoxně nepotřebují relativně větší počty kvalifikovaných, ale spíše vyšší počty nepřilís kvalifikovaných pracovníků.

V některých případech může tento vývoj vést i k tomu, že se požadavky na znalosti pracovníků v určitých oblastech ve srovnání s minulostí snižují nebo že jednotliví pracovníci toho o podstatě své práce vědí méně, než jejich předchůdci. Příkladem může být již zmíněný personál v obcho-

(Pokračování na stránce 3)

www.trenkwalder.cz

Trenkwalder – personální řešení pro jakoukoliv výzvu

Personální služby

- vyhledávání a výběr zaměstnanců
- assessment / development centra
- executive search
- personální poradenství



Dočasné přidělení

- klasické dočasné přidělení zaměstnanců
- dočasné přidělení brigádníků
- takeover (převzetí kmenových zaměstnanců)
- vedení personální a mzdové agendy / payrollingu

Trenkwalder a.s.
Heřmanická 1648/5
710 00 Ostrava
+420 553 105 100
+420 606 721 951
InfoCzech@trenkwalder.com
www.trenkwalder.cz

trenkwalder

a práce má budoucnost

PMF Institut nabízí nový koncept HR vzdělávání v ČR

Prvních 12 studentů se připravuje v novém třístupňovém profesním HR vzdělávání. Studijní programy v sobě kombinují akademický přístup s praktickými příklady z reálné praxe a otevřené sdílení zkušeností.

Společně s lektorským týmem tvořeným top manažery a HR odborníky z praxe mohou studující dosáhnout jedné ze tří certifikovaných úrovní: HR profesionál, HR manažer a HR stratég. Garantem tohoto programu je People Management Forum. Další běh studia se otevírá v říjnu 2013. (red)

Zeman podepsal novelu umožňující řetězení pracovních smluv

Zaměstnavatelé budou moci opět uzavírat se zaměstnanci pracovní poměr na dobu určitou opakovaně bez časových omezení. Novelu zákoníku práce, která to předpokládá, podepsal prezident Miloš Zeman. Norma také zkracuje nárok zaměstnanců na nepřetržitý odpočinek mezi směnami o hodinu na 11 hodin. Nebude se ale týkat pracovníků mladších 18 let.

Možnost tzv. řetězení pracovních smluv na dobu určitou, jak to novelou prosadili senátoři ODS a ČSSD, má platit jen pro určitý okruh pracovníků. Podmínkou bude i dohoda zaměstnavatele s odborovou organizací. Zaměstnanci na dobu určitou by měli být příjemci všech výhod, které zaměstnavatel poskytuje.

Nová pravidla umožní například zaměstnávání sezonních zaměstnanců, aniž by musela být dodržena tříletá lhůta od skončení předchozího pracovního poměru na dobu určitou. Novela zákoníku platná od loňského ledna

(Pokračování na stránce 3)

**OSLOVTE NOVÉ ZÁKAZNÍKY
DŘÍVE NEŽ KONKURENCE**

Denní přehled kontaktů na firmy,
které navštívily váš web.



Praktický
nástroj monitoruje
firmy, které
navštívily
váš web.



ProByznys.info

(Pokračování ze stránky 2)

dech, který na rozdíl od prodávačů minulosti nemusí umět ani počítat, protože pokladny a čtečky čárových kódů to zvládnou za ně. Totéž však platí i o řadě dalších činností v průmyslu i službách. Růst relativní ceny pracovní síly v důsledku rostoucích mezd i nepřímých pracovních nákladů a pokles relativních cen kapitálových statků tento trend dále posilují.

Více čtete v *Moderním řízení* 5/2013.

Šťěstí je hnací silou podnikání (zvláště pro generace X a Y)

STUDIE

Podle Indexu rovnováhy mezi pracovním a osobním životem společnosti Regus se rovnováha pracovníků mezi jejich pracovním a osobním životem v České republice na rozdíl od jiných zemí světa ubírá nesprávným směrem. A pokud v ČR podnikáte, poměr mezi prací a volným časem se ještě zhoršuje. To je však v rozporu s globálními zjištěními, podle kterých se situace podnikatelů v této oblasti zlepšuje. Studie publikovaná již druhým rokem společností Regus, globálním poskytovatelem pracovišť, je založena na názorech 26 tisíc profesionálů ve více než 90 zemích.

Méně se daří zvládnout rovnováhu mezi pracovním a osobním životem – možná navzdory obecným předpokladům – starší generaci. Mladší pracovníky (84 %) baví práce více než poválečné ročníky (54 %) a jsou také spokojenější s úrovní vlastní produktivity (80 % oproti 65 %).

Klíčové poznatky:

- Česká republika získala v Indexu rovnováhy mezi pracovním a osobním životem pro rok 2013 společnosti Regus 117 bodů
- Celosvětový průměr je 120 bodů
- Čeští podnikatelé dosáhli 102 bodů
- Respondenti ze skupiny poválečných ročníků v ČR získali 89 bodů.

Rudd Doggen, regionální ředitel pro střední a východní Evropu společnosti Regus, k tomu říká: „Zaměstnanci, kteří jsou v práci šťastní, vykazují vyšší produktivitu a nižší pravděpodobnost odchodu z firmy. Pracovní trh se zlepšuje, a proto si podniky začínají uvědomovat, že k najmutí a udržení talentovaných zaměstnanců je třeba se zaměřit na rozšiřování možností flexibilní práce, mezi které patří možnost výběru pracovní lokality. A v současnosti už k tomu dochází – sledujeme, jak naši síť lokálních center každý den využívá spousta lidí, kteří mají možnost pracovat flexibilně.“

„Tento trend lze sledovat u mladších pracovníků, kteří necítí takovou loajalitu vůči zaměstnavateli, jako tomu bylo dříve. Je třeba dát jim příležitost pracovat takovým způsobem, který jim vyhovuje, než je nutit dělat věci podle svého. Rovnováha mezi pracovním a osobním životem se u nich nachází na vrcholu jejich životního žebříčku. Technicky zdatná generace vnímá práci především jako činnost, ne jako místo, kam se chodí,“ dodává Rudd Doggen.

Průzkum společnosti Regus z loňského roku na toto téma ukázal, že na celém světě si 72 % odborných pracovníků myslí, že flexibilní práce zvýší jejich produktivitu. (tz)



Nové projekty pomáhají ženám v orientaci na trhu práce

TRH PRÁCE

Motivovat ženy k podnikání, usnadnit jim orientaci na trhu práce nebo poskytnout pracovní prostory se snaží některé nové české projekty. V březnu spuštěný portál PráceŽeny.cz například pomáhá s vyhledáváním pracovních nabídek pro zralé ženy i matky s dětmi. Čerstvý projekt Ženy s.r.o. se pak mimo jiné snaží dodat ženám sebevědomí a impulsy k rozjetí vlastního byznysu.

Podle Karla Havlíčka z Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR z průzkumů vyplývá, že až 70 procent žen má v souvislosti s podnikáním strach z neúspěchu a 62 procent žen si myslí, že má málo zkušeností. „Projekt Ženy s.r.o. je profesionální komunikační a pracovní platforma a dává šanci českým ženám pomoci tento handicap překonat,“ uvedl Havlíček k projektu, který založilo šest podnikavých žen v čele s Evou Vaškovou Čejkovou.

Součástí projektu je také Pracovna na Karlovském náměstí, kde se budou pořádat semináře a setkání na různá témata. „Zároveň mohou tyto prostory ženy využít pro obchodní jednání či si je pronajmout pro své vlastní podnikatelské aktivity,“ uvedla mluvčí projektu Ivana Novotná. Přes web Ženy s.r.o. si pak mimo jiné uživatelé vyměňují zkušenosti s různými produkty a službami na českém trhu. „Ženy, které mají svůj podnikatelský záměr, jej mohou realizovat založením vlastní sekce na webu,“ doplnila Novotná.

S cílem odbourat stereotypy vznikl portál PráceŽeny.cz, na kterém je nyní zaregistrováno asi 2500 žen a kolem stovky firem. Web chce především pomoci najít práci matkám s malými dětmi a starším ženám. Společnost Agender, která server založila, mimo jiné podporuje pobídky pro flexibilní úvazky. V České republice na zkrácený úvazek pracuje necelá desetina žen. V rámci průměru Evropské unie je tento podíl zhruba třetinový.

Pouze ženy pracují v nové české reklamní agentuře Woman, která funguje od ledna pod vedením Bary Novotné. Ta coby textařka pracovala na kampaních pro značky Kofola, Rajec či Budějovický Budvar. Ženy podle Novotné umějí lépe než muži pracovat s emocemi, které v reklamě fungují a prodávají. Agentura zároveň nabízí možnost projektové spolupráce tak, aby se k práci v reklamě mohly vrátit mimo jiné i ženy na mateřské dovolené. (tz)

Odborný časopis

HR Management

V aktuálním čísle se mj. dočtete:



- Téma: Klíčovým lidem musíte vytvořit prostor
- Talenty: Problém vzdělávání: o slabší se nestará
- Technologie: IT – mocný nástroj, ale ne všelék

Ukázkový výtisk zdarma si objednejte na:

<http://predplatne.ihned.cz/predplatne/zkouska.php?tit=HR&pref=1>

Předplatné si zajistíte na:

<http://economia.ihned.cz/predplatne>

(Pokračování ze stránky 2)

stanoví, že pracovní smlouva na dobu určitou by neměla přesáhnout tři roky, dříve maximální doba činila dva roky. U stejného podniku by se neměla opakovat víc než dvakrát po sobě.

Personálie

■ Předsedou představenstva vydavatelství **Empresa Media** a jeho dceřiné společnosti **Barrandov Televizní studio** se stal **Jaromír Soukup**. Soukup se z titulu funkce předsedy představenstva také ujal řízení televize.

■ Dlouholetý politický komentátor **Martin Komárek** v létě vstoupí do politiky. Dohodl se na ukončení spolupráce s deníkem **Mladá fronta DNES**, pro který bude ještě dva měsíce pracovat, a upřesnil, že nemíří do žádné z parlamentních stran. Hodlá vstoupit do politického hnutí **Ano Andreje Babiše**.



■ **Andrew Krenek** nastoupil na pozici senior manažer v oddělení **Management Consulting** společnosti **KPMG Česká republika**, kde je zodpovědný za poradenství v oblasti lidských zdrojů.

Pracovní zkušenosti získával v USA a Itálii. Působil v oblasti řízení lidských zdrojů např. v **Kraft Foods**, **Citibank** či **Pharmacia Upjohn**. Poradenství pro lidské zdroje se věnoval v **PwC** a v **Hewitt Associates**.

■ Předsedkyní **Rady pro rozhlasové a televizní vysílání (RRTV)** byla opět zvolena **Kateřina Kalistová**. Místopředsedy byli zvoleni **Milan Bouška** a **Pavel Foltán**. Kalistová je ve vedení orgánu dohlížejícího na tuzemské provozovatele vysílání od roku 2009.

■ Společnost **FTV Prima** zavede nový post výkonného ředitele. Od července jej bude zastávat **Pavel Kejla**, který přichází z komunikační skupiny **Omnicom Media Group**. Kejla do **Primy** přechází po dvou letech řízení nákupního sdružení **OPERA** v rámci skupiny **Omnicom Media Group**. Na této pozici jej vystřídal dřívější finanční ředitel TV **Prima** a mediální agentury **PHD Vladimír Pořízek**, který byl do funkce jmenován v dubnu.

■ Na pozici media relations manažera do agentury **PEPR Consulting** nastupuje **Filip Snášel**. Na starosti bude mít budování vztahů s médiem a péči o klienty. Předtím byl redaktorem např. v časopisu **Týden** nebo magazínu **FHM**. Poté se začal věnovat PR, když pracoval pro plzeňskou **Škoda Transportation**.

Počítání pracovní doby během pracovní cesty

PORADNA

Jako obchodní zástupce trávím hodně času distribucí zboží u klientů na pracovních cestách, i s cestami například 12 hodin denně. Pracovní dobu mám standardních osm hodin denně od 8 do 17 hodin včetně přestávky na oběd. Zaměstnavatel mi tvrdí, že i když na cestě strávím více než osm hodin, nejedná se o práci přesčas. Jak je to tedy s počítáním pracovní doby během pracovní cesty?

K omylům týkajícím se počítání pracovní doby na pracovní cestě dochází v praxi poměrně často, a to zejména na straně zaměstnanců, kteří se domnívají, že celá doba pracovní cesty, tzn. od odjezdu do příjezdu, se považuje za pracovní dobu, za kterou by měli obdržet mzdu, případně právě příplatky za práci přesčas. Z pohledu zákoníku práce tomu tak však vždy není.

Dobu strávenou na pracovní cestě cestováním před začátkem a po skončení stanovené pracovní doby, ve vašem případě tedy například dobu mezi 7. a 8. hodinou a mezi 17. a 18. hodinou nelze považovat za součást pracovní doby (za pracovní dobu by tato doba byla považována, pokud byste např. cestoval automobilem, přičemž byste řízení automobilu měl sjednáno jako druh práce v pracovní smlouvě). Podle zákoníku práce doba strávená před zahájením a po skončení stanovené pracovní doby, kterou určuje zaměstnavatel, je významná pouze pro výši cestovních náhrad, které se odvíjejí od doby strávené na pracovní cestě. Za tuto dobu vám tak nenáleží mzda ani náhrada mzdy, avšak náleží vám cestovní náhrady.



Do pracovní doby se na pracovní cestě zahrne doba, kterou strávíte (i) plněním pracovních úkolů (ve vašem případě tedy nejspíše distribucí zboží u klientů) a (ii) cestováním při přesunech až do skončení stanovené pracovní doby, například od prvního klienta (např. v Brně) k dalšímu (např. Olomouc). V druhém z uvedených případů se ovšem bude jednat o tzv. překážku na straně zaměstnavatele, pro kterou nemůžete fakticky vykonávat svoji práci (distribuuat zboží), neboť po vás zaměstnavatel vyžaduje, abyste se dostavil k dalšímu klientovi. Za dobu plnění pracovních úkolů vám bude náležet sjednaná (či určená) mzda, za dobu cestování, tzn. překážek v práci, vám bude náležet náhrada mzdy ve výši průměrného výdělku.

Pokud jde o práci přesčas, ve vašem případě by se o práci přesčas jednalo pouze, pokud byste skutečně plnil pracovní úkoly, tzn. distribuoval zboží u klientů, nad rámec stanovené pracovní doby, tj. po 17. hodině. Doba strávená cestováním po 17. hodině by se pak opět počítala pouze pro účely poskytování cestovních náhrad, nikoliv pro účely vyplácení mzdy.

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

Zmírnění pravidel pro dětské skupiny by uvítalo 94 procent firem

PRÁCE
A DĚTI

Zmírnění pravidel pro zřízení a provoz takzvaných dětských skupin by v ČR uvítalo 94 % firem. V případě schválení chystaného zákona by 71 % společností podporovalo péči o děti svých zaměstnanců v dětských skupinách, z nichž 27 % by podporovalo výhradně dětské skupiny a 44 % by zaměstnancům umožnilo výběr mezi různými typy předškolních zařízení. Vyplývá to z průzkumu společnosti Deloitte, kterého se v březnu a dubnu zúčastnilo 55 společností a téměř 900 zaměstnanců z celé ČR. „O chystaný zákon o dětské skupině se zajímají tři čtvrtiny (73 %) firem. Podle průzkumu by velké podniky podporovaly dětské skupiny ve vyšší míře než malé a středně velké. Zatímco u velkých společností se pro podporu umístění dětí zaměstnanců do dětské skupiny vyjádřila třetina respondentů, u malých a středně velkých společností to byla pouze čtvrtina,“ uvedla manažerka v daňovém oddělení Deloitte Šárka Drbová. Dětskou skupinu by v případě, že by ji zaměstnavatel podporoval, upřednostnilo 82 % zaměstnanců, 80 % zaměstnanců souhlasí se zmírněním pravidel pro zřízení dětské skupiny. Polovina společností by přivítala zavedení daňového zvýhodnění pro zaměstnavatele, ať už formou daňově uznatelných nákladů souvisejících s příspěvků na školné, či daňově uznatelných nákladů spojených se zřízením a provozem firemních školek.

Průzkum potvrdil výrazný nesoulad mezi požadavky zaměstnavatelů a možnostmi zaměstnanců u délky mateřské a rodičovské dovolené. Většina (84 %) společností uvedla, že je pro ně dřívější návrat zaměstnanců z mateřské nebo rodičovské dovolené přínosný, pro více než polovinu dotázaných z důvodu udržení znalostí ve společnosti. „Společnosti stojí především o návrat zaměstnanců na odborných a manažerských pozicích. Více než třetina podniků uvedla, že u managementu a klíčových zaměstnanců preferuje návrat z mateřské/rodičovské dovolené do jednoho roku věku dítěte, přičemž nyní se v uvedené době vrací pouze 15 % manažerů a klíčových zaměstnanců,“ doplnila Drbová. Z odpovědí zaměstnanců také vyplynulo, že 70 % z nich vidí jako největší překážku pro dřívější návrat do zaměstnání nedostupnost předškolních zařízení.



■ Společnost **B2M**, která mimo jiné provozuje službu ePoptávka.cz, má novou posilu na pozici manažera externích call center. Je jí **Filip Mukoko** (foto), který před příchodem do B2M nasbíral

četné studijní i pracovní zkušenosti v zahraničí. Na pozici produktového specialisty nastupuje **Martin Kuželka**. Dosud působil jako freelancer a věnoval se affiliate marketingu a lead generation pro klienty z ČR, Slovenska či Maďarska. Zabýval se také vedením vlastních internetových projektů.

■ Mluvčím **TV Nova** se stal **Jan Strouhal**, nahrazuje **Marii Fianovou**, která odchází na mateřskou dovolenou. Strouhal přichází z vydavatelství **Economia**, kde byl v posledních dvou letech editorem ekonomické rubriky **iHNed.cz**, dříve byl v televizi **Z1**.



■ Společnost **Huawei Technologies (Czech) s.r.o.**, dodavatel řešení pro informační a komunikační technologie a koncová zařízení, jmenovala **Zbyňka Pardubského** do funkce Vice

President Public Relations. Ve společnosti působí od počátku založení české pobočky (roku 2004), kde postupně vystřídal několik ředitelských pozic v marketingu a obchodu.

■ Podle informací týdeníku **M&M** dojde ke změně na pozici tiskového mluvčího **Českého rozhlasu**. Ve funkci ředitele Odboru komunikace a vnějších vztahů skončí po domluvě s náměstkem pro strategický rozvoj **Jiřím Svobodou** k 30. červnu **Jakub Čížek**. Nahradit by ho měla dosavadní vedoucí kanceláře generálního ředitele **Zora Karmazín Blümlová**. Čížek by měl v rozhlasu zůstat a přesunout se za dalším bývalým mluvčím Českého rozhlasu **René Zavoralem**, který z pozice prvního náměstka vede Sekci programu a vysílání.

■ Skupina **Ami Communications** jmenovala nové partnery a společníky. Stali se jimi dlouholetí členové vedení – managing director **Eva Sroka** a senior consultant **Jan Kučmáš**. Eva Sroka působí ve společnosti od roku 1998 a nyní vede dva týmy konzultantů (zdravotnictví a IT/telco) a dceřinou společnost **Digital Communications**. Jan Kučmáš pracuje v **Ami** od roku 2005 a řídí zahraniční kanceláře (Bulharsko, Slovensko a Rumunsko) a dceřinou společnost **Design Communications**.

■ Výkonnou ředitelkou komunikační agentury **Native PR** se stala **Jana Čechová**. Počátky své profesní kariéry spojila s PR a sponzorin-gem kulturních a sportovních projektů. V **Native PR** pracuje od roku 1997.

Vážení čtenáři,
toto je poslední letošní předprázdninové vydání newsletteru **HRM**. Další čísla pro vás připravíme na 2. 8. a 6. 9. Poté budete **HRM** opět dostávat každých 14 dní jako obvykle. Přijíme vám krásné léto a příjemné prožití dovolené.

Redakce