

Motivují zaměstnanecké benefity vaše zaměstnance?

ODMĚŇOVÁNÍ

Vyhovět všem zaměstnancům v nabídce zaměstnaneckých benefitů je nelehký úkol. Podle našich zkušeností, dělají personalisté pravidelné průzkumy, co by jejich lidé v nabídce benefitů uvítali a přesto je reakce zaměstnanců na benefity poměrně chladná. Pamatuji si na dobu, kdy systém benefitů ve firmách vznikl. Lidé s nadšením vítali každou novinku, se kterou zaměstnavatel přišel. Kandidáti na pohovoru hrdě jmenovali benefity, které jim společnost poskytuje. Dnes, podle našich zjištění téměř 2/3 zaměstnanců nejsou dostatečně informovány o celkové nabídce benefitů nebo je nevyužívají. Velkou turbulenci prošly benefity v roce 2009, tedy v době krize, kdy se začaly benefity ve velké míře redukovat. Až kvůli zrušení určitého benefitu si lidé ve firmách vlastně uvědomili, že takovou výhodu firma nabízela. Bohužel jsem se nesetkala ani s výrazným znepokojením ze strany zaměstnanců, když došlo ke zrušení určité výhody.

Řešíme problémy, neřešíme příčiny

Často se během našich školení manažerů setkávám s názorem, že jedinou motivací jsou peníze. V dnešní době, zaměřené na produktivitu, neustálé zlepšování a úspory, zapomínáme na základní principy pro budování dobrých vztahů a motivaci podřízených. Zapomínáme s lidmi mluvit, děkovat jim za jejich iniciativu, nedáváme dostatečnou zpětnou vazbu a nedefinujeme jasně naše očekávání. Řešíme problémy, ale neřešíme příčiny. Neinformujeme je o změnách, které se jich dotýkají a hodnotíme jejich reakci jako nízkou flexibilitu. Nestaráme se o to, co je tíží a neřešíme jejich problémy. Nejsme důslední v dodržování pravidel, což pro lidi znamená, že nemáme na všechny své podřízené stejný metr. Všechny tyto nešvary naší doby potom přináší nedostatečně motivované zaměstnance, což má přímý dopad na firemní kulturu společnosti. Pokud máte pocit, že alespoň částečně poznáváte v předchozím textu svoji společnost, je na čase začít se změnou motivace.

Klíčem je firemní kultura

Domnívám se, že pro stabilizaci a motivaci zaměstnanců je důležité začít primárně pracovat na firemní kultuře, budovat zpět u zaměstnanců hrdost na značku svého zaměstnavatele, pracovat s talenty a podporovat jejich růst, vytvářet specifické programy pro konkrétní skupiny zaměstnanců, např. rodiče s dětmi. Vytvářet ve společnosti podnětné prostředí, ve kterém budou rádi pracovat. I v takovém případě lze podpořit zaměstnance formou benefitů, vysokou oblíbenost a skutečným stabilizačním prvkem jsou interní benefity – firemní produkty za zvýhodněnou cenu. Tento benefit jednoznačně podporuje identifikaci zaměstnance s firemní značkou.

Jakmile se takto uspokojí primární potřeby zaměstnanců, je možné stavět vhodný systém benefitů. Jedním ze základních principů pro tvorbu motivačních balíčků je rozlišit potřeby zaměstnanců do více úrovní, jak rozebíráme níže.

Stabilizační benefity

Ke stabilizaci zaměstnanců dnes slouží víceméně standardní řada benefitů, které poskytují všichni zaměstnavatelé, často právě z důvodu, že „je mají všichni“. Položím-li si otázku, zda zaměstnanec skutečně ve společnosti tento druh benefitů udrží, odpovídám nikoliv. Nabídne mu je dnes již většina společností. Stejně tak žádný zaměstnanec neopustí práci, kterou má rád, pokud mu jiná firma nabídne např. stravenky ve vyšší hodnotě.

Pokud tedy chceme být konkurenceschopní a nabízet benefity, pro které zaměstnanec společnost neopustí, vyžaduje tvorba stabilizačních balíčků poměrně sofistikovanou marketingovou práci – tj. pravidelné průzkumy trhu, průzkumy zaměstnaneckých potřeb, perfektní komunikační strategie a interní reklamu na nabízené benefity.

(Pokračování na stránce 2)

Odborný časopis

HR Management



V aktuálním čísle se mj. dočtete:

- Téma: Nejsme zdroje, ale lidi
- Odměňování: Mzdy stagnují, co s tím?
- Speciál: Pracovní právo

Objednejte si ukázkový výtisk ZDARMA na:

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

Předplatné si zajistíte na:

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

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

Zákon možná zamezí rozhodčím doložkám v pracovních smlouvách

Sněmovna 15. února v prvním čtení podpořila návrh poslanců ČSSD, aby zaměstnavatelé v pracovních smlouvách se zaměstnanci nemohli používat rozhodčí doložky a aby tyto spory řešily jen soudy. Jde o jednu z nemnoha opozičních předloh, které Sněmovna v tomto volebním období propustila do dalšího projednávání. K jejímu závěrečnému schvalování se poslanci dostanou na některé z příštích schůzí. Poslanci v předloze navrhuji, aby pracovní smlouvy a dohody o pracích konaných mimo pracovní poměr, které obsahují rozhodčí doložku, byly v této části neplatné. Argumentují tím, že ujednání o rozhodčí doložce je mnohdy sjednáváno pod nátlakem zaměstnavatele a často je už součástí pracovní smlouvy. Zaměstnanec, který se o zaměstnání uchází, podle nich není zpravidla v takovém postavení, aby mohl o obsahu smlouvy jednat. "Dle mého názoru rozhodčí řízení do pracovních vztahů nepatří," řekl jeden z předkladatelů Jan Chvojka (ČSSD). "Je si třeba uvědomit, že účastníci pracovních sporů nejsou se zaměstnavatelem v rovnoprávném postavení," zdůraznil jeho stranický kolega Břetislav Petr.

Vláda s předlohou vyslovila nesouhlas. Uvádí mimo jiné, že by vedla k vyššímu zatížení soudů. Podle vlády by bylo lepší upravit tento problém v zákoně o rozhodčím řízení, a to například tak, že by rozhodčí doložka musela být sjednána zvlášť. Rozhodce by v takovém případě musel být zapsán na seznamu ministrů spravedlnosti a musel by vždy rozhodovat podle předpisů na ochranu zaměstnance.

(Pokračování ze stránky 1)

Motivační benefity

Motivační část benefitů by měla zaměstnance motivovat k větším a lepším výkonům, či k dalšímu rozvoji. Pro určité kategorie pozic se často jedná o opční plány nebo nadstandardní lékařskou péči. Pro jiné zaměstnance to může být podpora dalšího vzdělávání, které zvyšuje kvalifikaci zaměstnance a dává mu příležitost pro kariérový růst. Jedná se o dlouhodobé aktivity a obvykle i finančně náročné. Nabídka těchto benefitů je již pro zaměstnavatele lépe uchopitelná, protože často míří na konkrétní úzkou cílovou skupinu zaměstnanců.

„Status“ balíčky

Pro statusové balíčky platí jednotný znak – mají jasně demonstrovat určitý status zaměstnanců a jejich pozici v postavení. Může jít o kategorii manažerských vozů, nárok na vyšší třídu v rámci služebních cest nebo ryze individuální nastavení balíčku benefitů.

Co patří k oblíbeným?

V rámci tvorby strategie benefitů u našich klientů spolupracuji se společností BENEFITY a.s., z jejichž zdroje jsou i následující čísla:

Stále oblíbenějším benefitem jsou nákupy v lékárnách – kamenné i eshopy – až 40% celkového objemu. Na stabilních pozicích v oblíbenosti jsou zájezdy (20%) a vstupy do kin a na koncerty tvoří v průměru 15 – 20% z celkového objemu. Nárůst oblíbenosti zaznamenávají služby slevových portálů (10%) a sportovní a wellnes aktivity (15%). V současné době je cca 70% benefitů čerpáno na kamenných prodejnách, na eshopech se čerpá cca 30% objemu benefitů a tento podíl stále výrazně roste! Stále populárnější je nakupování daňově výhodných benefitů na slevových portálech.

Během diskusí s personálními manažery vnímám neustálou snahu proces poskytování firemních benefitů zefektivnit a zkvalitnit. Řízení firemních benefitů je pro mnoho personalistů časově i nákladově velmi náročná záležitost, vyžaduje již skutečně experta. Jako řešení se jevíly poukázky, na které si zaměstnanec mohl vybrat službu dle vlastních preferencí. Jejich zavedením se o všem původní záměr a důvod benefitů vytratil. Zaměstnanci obvykle přijali lístky jako samozřejmost, před skončením platnosti se je mnozí snažili utratit za cokoliv a jejich vztah k zaměstnavateli to neupevnilo. S masivním rozvojem komunikačních technologií se tato situace velmi rychle obrací a stále více firem se přiklání k online cafeteriím. Proč se velké nadnárodní giganty, stejně jako malé české firmy obracejí k poskytovatelům online systémů a opouštějí tradiční papírové poukázky? Důvodem jsou jednoznačné výhody cafeterií na online bázi. Z mého pohledu je vysoce funkční forma plného nebo částečného outsourcingu, kdy strategii si stanoví firma sama, ale vlastní realizaci dělá dodavatel. Personální oddělení tak získává pravidelné reporty o vývoji nabídky benefitů, o oblíbenosti určitých benefitů v rámci trhu i ve vlastní společnosti.

Příklad z praxe

Jedním z příkladů přímo z praxe, který krátce shrnuje implementaci elektronické cafeterie. Společnost původně kombinovala poukázkový systém s akceptací účtenek od zaměstnanců a jejich zpracování a administraci na účtárně. Firma má 90 zaměstnanců, jedná se o obchodní firmu se zaměstnanci po celé ČR. Každý zaměstnanec doručil na mzdovou účtárnu 1-2 účtenky měsíčně za různé benefity. Účetní byla nucena zpracovat cca 150 dokladů za benefity měsíčně, zpracování jednoho dokladu vč. kontroly atd. trvalo cca 10 minut, za měsíc tedy celkem kolem 25 hodin práce pouze na účetní práci s benefity. Další administrativa zabrala cca 15 hodin měsíčně.

Po přechodu na systém online cafeterie a kompletní outsourcing těchto služeb firma získala:

- Časovou úsporu cca 35 hodin, tj. při průměrné mzdě cca 7 500 Kč měsíčně.
- Kompletní garanci daňové výhodnosti všech čerpaných benefitů.
- Větší komfort pro zaměstnance v čerpání bez nutnosti prvotního financování z vlastních zdrojů.
- Další možnosti, které nabízí online cafeterie – komunikace se zaměstnanci, ankety, věrnostní programy atd.

Jitka Tejnorová, partner

DMC management consulting s. r. o.

Nezaměstnanost snížila zájem firem o absolventy středních škol

Velký počet nezaměstnaných na trhu práce snížil zájem firem o absolventy středních škol, ale i zaměstnanců s praxí, ať již jde o středoškolačky nebo vysokoškolačky.

Největší zájem je o středoškolačky ze strojírenským vzděláním, vysokoškolačky jsou žádané z oboru informačních technologií. Vyplývá to z analýzy databáze životopisů na pracovním portálu Profesia.cz. Podle odborníků nejhůře hledají nyní práci absolventi humanitních oborů.

"Je pravdou, že absolventi mají na trhu méně příležitostí než před rokem, ve srovnání s předkričovými obdobími nemluvě. V lednu 2013 bylo na Jobs.cz vystaveno 3175 pozic vhodných pro absolventy, o 11 procent méně než o rok dříve. V lednu 2008 byl počet pozic pro absolventy dvojnásobný," řekl analytik portálu Tomáš Dombrovský.

Mladí lidé nyní mají podle něj větší konkurenci z řad zkušenějších uchazečů o práci, kteří jsou při rostoucí nezaměstnanosti ochotni snížit své



(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

Inspekce loni za nelegální práci vyměřila pokuty za 163 mil. Kč

Státní úřad inspekce práce (SÚIP) v loňském roce při 35.577 kontrolách zaměřených na odhalování nelegálního zaměstnávání udělil 818 pokut. Firmám, které porušily zákon, vyměřil pokuty za více než 163 milionů korun. Informovala o tom mluvčí ministerstva práce a sociálních věcí (MPSV) Štěpánka Filipová.

Dodala, že z toho 45 pokut v celkové výši 12,68 milionu korun úřad uložil za výkon závislé práce na základě jiného než pracovního vztahu a smlouvy. Další pokuty jsou v řízení.

Kontroly v loňském roce odhalily 5078 nelegálně zaměstnaných lidí, u 3401 prověrek se nedostatky týkaly občanů České republiky. Ve 432 případech to byli občané ze zemí Evropské unie a 1605 nelegálně pracujících cizinců pocházelo ze států mimo Evropu.

Problém s nelegální prací se nejčastěji objevuje ve stavebnictví. Často se nelegálně zaměstnávají i při sezónních aktivitách nebo ve službách.

MPSV připravuje novelu zákona o zaměstnanosti. Návrh na změnu legislativy ministryně práce a sociálních věcí Ludmila Müllerová předloží vládě v dubnu.

Přes dvě třetiny lidí soudí, že jejich reálný příjem klesl

Více než dvě třetiny občanů České republiky si myslí, že si za příjmy své domácnosti toho mohou nakoupit méně než před rokem. Vyplývá to z výsledků lednového průzkumu Centra pro výzkum veřejného mínění (CVVM), které mírně překonaly loňský historicky nejhorší výsledek. Srovnatelně dopadl průzkum jen na začátku roku 2008.

Konkrétně 21 procent respondentů míní, že si za svůj příjem mohou nakoupit mnohem méně a 47 procent o něco méně než loni. Více než čtvrtina tvoří podíl těch, kteří soudí, že reálný příjem jejich domácnosti je asi tak stejný.

(Pokračování na stránce 3)

(Pokračování ze stránky 2)

mzdové požadavky. To přitom byla dříve výrazná konkurenční výhoda mladých. Někteří absolventi, častěji humanitních oborů či ekonomie, prý nyní proto v případě prvních zaměstnání musejí vzít zavděk i pozicemi, jež by dříve obsadili lidé se středoškolským vzděláním (operátoři call center, juniorní obchodní zástupci).

"Zájem je nyní hlavně o absolventy technických oborů, především v IT a strojírenství. Zájem je o všechny úrovně technického vzdělání, jak vysokoškolské, středoškolské (průmyslové školy), tak i učňovské (nástrojáři, obráběči, svářeči, elektrikáři)," uvedl marketingový manažer společnosti Manpower Jiří Halbrštát. Dále je nedostatek lidí ve zdravotnictví a vzdělávání. Absolventů pedagogických fakult je dost, ale ti potom hledají z ekonomických důvodů uplatnění v soukromém sektoru, což je pro ně ale velmi komplikované. Absolventi humanitních oborů to mají dnes na trhu nejtěžší, dodal. "Meziročně se průměrný zájem o čerstvé absolventy vysokých škol nezměnil, jejich životopis si v databázi životopisů prohlédne v průměru 11 společností," upozornila Kateřina Jaroňová z Profesia.cz. Zaměstnavatelé procházejí životopisy čerstvých absolventů vysokých škol především v oborech IT (15 procent společností), strojírenství (14,85 procent) a elektrotechnika a energetika (14,1 procenta), telekomunikace (6,9 procenta) a automobilový průmysl (6,8 procenta).

Z vysokoškoláků s praxí jsou podle Profesie neatraktivnější opět lidé z IT (18,5 procenta), strojírenství (9,7 procenta), elektroniky a energetiky (8,7 procenta), automobilového průmyslu (sedm procent) a vrcholového managementu (5,2 procenta).

Personalisté hledají v databázi životopisů mezi čerstvými absolventy středních škol hlavně ve strojírenství, kde si jeden životopis prohlédne v průměru 7,2 procenta firem. Následují obory elektrotechnika a energetika (5,80 procenta), IT (5,3 procenta), automobilový průmysl (čtyři procenta) a výroba (2,7 procenta). Nejčastěji si společnosti v průměru prohlíží životopisy středoškoláků s praxí u pracovníků IT.

Ženy mají o pětinu nižší mzdu než muži, rozdíl nemizí

Ženy v Česku si vydělají v průměru o pětinu méně než muži. V roce 2011 dostávaly průměrnou hrubou mzdu 22.389 korun. Měly tak o 5845 korun méně než muži. Mediánový hrubý příjem žen pak dosahoval asi 84 procent střední mzdy mužů. Byl 19.808 korun, tedy o 3652 korun nižší. Propast se sice začala uzavírat, ale jen pomalu. Za posledních 15 let se u průměrného výdělku zmenšila o dvě procenta a u mediánu o 5,5 procenta. Vyplývá to z údajů Českého statistického úřadu za roky 1996 až 2011.

Odborníci na problematiku rovnosti podotýkají, že ženy mívají nižší příjem, protože obvykle pracují v profesích a oborech s nižšími mzdami. Mnohem méně se také dostávají do lépe placených vedoucích pozic. Ale i na stejných místech vydělávají méně než jejich kolegové. Bývají totiž méně dravé a často si na rozdíl od mužů nedokážou říct o odpovídající plat, uvádějí aktivistky z neziskových organizací. Ony a někteří experti poukazují na možnou platovou diskriminaci. Upozorňují i na to, že nižší mzdy se odrazí v nižší penzi. Ženám tak ve stáří víc hrozí chudoba.

V roce 1996 ženy v Česku dosáhly na 77 procent průměrné mzdy mužů. Vydělávaly 9449 korun, muži měli v průměru 12.245 korun hrubého. S celkem 8400 korun si ženy přišly na 79 procent mediánu mužů, který činil 10.650 korun. Nad medián neboli střední hodnotu vydělává polovina lidí. V roce 2008 dostávala žena průměrně 21.798 korun hrubého a muž 29.429 korun. Rozdíl se prohloubil, odpovídal 26 procentům. Medián se lišil o téměř 21 procent. Střední mzda žen se rovnala 19.343 korunám, u mužů 24.367 korunám.

Poté se nůžky začaly mírně uzavírat. Přidávalo se třeba ve školství či zdravotnictví.

Vysokoškolačky si průměrně v roce 2011 vydělaly o 18 procent méně než vysokoškoláci. Za svou práci dostávaly v průměru 35.230 korun, muži pak 48.882 korun. Medián se lišil o pětinu. U žen s vysokoškolským titulem byl 30.164 korun a u mužů 37.539 korun.

Středoškolačky s maturitou si průměrně přišly na 23.175 korun hrubého, středoškoláci na 28.441 korun. Rozdíl se rovnal 22 procentům. U mediánu byl asi 15 procent. Střední mzda středoškolaček byla 21.741 korun, u středoškoláků 25.481 korun. Ženy se středním vzděláním bez maturity si v průměru vydělaly o čtvrtinu méně, medián měly o 27 procent nižší než muži.

Výrazné rozdíly bývají v jednotlivých oborech. Třeba v oblasti komunikací v roce 2011 měly ženy 69 procent průměrného platu a 73 procent mediánu mužů. V peněžnictví a pojišťovnictví si muž v roce 2011 vydělával v průměru asi 66.500 korun hrubého, žena 37.800 korun. Bylo to tedy o 43 procent méně. Medián se tu pak liší zhruba o 35 procent - u žen byl 30.795 korun, u mužů 47.299 korun.

V oblasti vzdělávání si žena v průměru přišla na 25.050 korun a muž na 32.138 korun. Ženy si tak domů odnášely o 22 procent menší průměrnou hrubou mzdu než muži. Ve zdravotnictví a sociální péči měly v peněžence o 30 procent méně. Vydělaly si v průměru 24.341 korun, muži pak 35.042 korun.

Nejmenší rozdíly byly v pohostinství a v dopravě. Pohybovaly se pod deseti procenty. Příjmy tam jsou ale také o dost nižší než v jiných oborech. V zásobování vodou a v odpadním hospodářství dokonce ženy měly o procento vyšší průměr a o tři procenta vyšší medián.

(Pokračování ze stránky 2)

ný jako před rokem. Jen čtyři dotázaní ze sta uváděli, že za svůj příjem mohou oproti loňsku nakoupit trochu více.

Odpovědi lidí podle CVVM silně souvisejí s jejich subjektivním hodnocením životní úrovně domácnosti. Polovina těch, kdo ji hodnotí příznivě, odpovídala, že mohou za svůj příjem nakoupit více než před rokem nebo zhruba stejně. U 90 procent dotázaných se špatnou životní úrovní se objevila odpověď, že za příjem své domácnosti nakoupí méně než před rokem. Průzkumu se v polovině ledna zúčastnilo 1032 obyvatel ČR starších 15 let.

Personálie

■ **Eva Snopková** byla jmenována na pozici ředitelky pro lidské zdroje společnosti **Eaton Elektrotechnika s.r.o.** (dříve Moeller Elektrotechnika), výrobce a distributor elektrotechnického zařízení. Bude zodpovídat především za tvorbu personální strategie pro českou, slovenskou a maďarskou pobočku skupiny Eaton Corporation.

Do firmy Eaton Elektrotechnika přechází Eva Snopková z pozice personální ředitelky pro skupinu zemí v regionu EMEA v Johnson & Johnson, divize Zdravotnická technika a diagnostika. Zde pracovala od roku 1995 na různých pozicích a působila také jako prokuristka společnosti. Za dobu jejího působení se firma opakovaně umísťovala na špici v žebříčku nejlepších zaměstnavatelů roku a vysoce hodnocena byla i v průzkumech mínění zaměstnanců. Hlavním úkolem nové HR ředitelky bude tvorba personální strategie v souladu s obchodní strategií společnosti.

Eva Snopková se narodila v indickém New Delhi. V České republice vystudovala Vysokou školu ekonomickou, obor Zahraniční obchod.

■ Tuzemskou pobočku **LG Electronics CZ** vede nově **Chang Ho Kwon**, který převzal funkci generálního ředitele začátkem letošního roku. Chang Ho Kwon ve funkci nahrazuje generálního ředitele Jong Sung Oha. Tuzemská pobočka LG tak i nadále zůstává pod vedením zahraničního CEO. Ve společnosti LG působí Chang Ho Kwon již od roku 1991.

Pracovní zkušenosti získal díky působení ve vedení několika divizí LG ve čtyřech různých státech (v Koreji, Novém Jižním Walesu, USA a Singapuru).

■ Mezinárodní kosmetická společnost **Oriflame** jmenovala **Zuzanu Machovou** ředitelkou české pobočky. Od začátku letošního roku řídí také aktivitu Oriflame na Slovensku. Ze své pozice se bude věnovat dalšímu strategickému rozvoji

firmy a upevnění tržní pozice v obou regionech střední Evropy. V Oriflame Slovakia pracovala Machová od roku 2002, poslední 3 roky vedla pobočku Oriflame v Maďarsku.



Rodinné nebo milostné vztahy na pracovišti většině Čechů nevadí

Rodinné nebo milostné vztahy na pracovišti téměř třem čtvrtinám Čechů nijak nevadí, vyplývá z šetření, do něhož se na portálu Prace.cz zapojilo 785 lidí. Pro osm procent lidí jsou vztahy na pracovišti vítaným námětem konverzace. Liberální přístup zaměstnanců podporuje také většina firem.

Na 71 procent dotázaných odpovědělo, že rodinné či milostné vztahy mezi kolegy na pracovišti jim nevadí, pokud nenarušují atmosféru. Naopak 15 procent lidí vztahy na pracovišti velmi obtěžují a nejraději by je zakázali. Šest procent zaměstnanců vztahy na pracovišti vůbec nevnímá. Pro zbytek jsou vztahy mezi jejich kolegy vyloženě vítaným zpestřením pracovního života.

"Výsledky šetření odpovídají i našim znalostem přístupu tuzemských zaměstnavatelů," uvedl Tomáš Ervín Dombrovský, analytik společnosti LMC, která portál Prace.cz provozuje. V českém prostředí podle něj převažuje zásada řešit případné potíže v této oblasti zcela individuálně a pouze v případech, že skutečně nastanou. Zaměstnavatelé se zde jen naprosto výjimečně uchylují k systémovému přístupu, kdy tuto otázku řeší například formou čestných prohlášení a podobně, dodal.

"Zákoník práce zakazuje pouze situaci, aby fyzická osoba coby zaměstnavatel zaměstnala svého manžela či manželku, jiné vztahy na pracovišti legislativou regulovány nejsou," doplnila právníčka Ivana Fára z advokátní kanceláře CMS Cameron McKenna. Pokud vztahy na pracovišti nevedou k poklesu výkonnosti zaměstnanců nebo jinak nenarušují morálku na pracovišti, zaměstnavatel by jim prý bránit neměl. Avšak pokud zaměstnanci místo výkonu práce flirtují nebo se věnují drbům, může jít o porušení jejich povinností, které za určitých podmínek může vést až k výpovědi, poznamenala.



Zdravotní prohlídky zaměstnanců u vlastních obvodních lékařů

PRÁVNÍ
PORADNA

Podle nového zákona o specifických zdravotních službách mohou být některé zdravotní prohlídky provedeny u registrujících lékařů zaměstnanců. Musíme i přesto, že všichni naši zaměstnanci prohlídky absolvují právě u svých obvodních lékařů sjednávat smlouvu s externím poskytovatelem pracovních lékařských služeb?

Máte pravdu, že pokud zaměstnanec vykonává práce zařazené pouze do kategorie první podle zákona o ochraně veřejného zdraví a není-li součástí této práce činnost, pro jejíž výkon jsou podmínky stanoveny jinými právními předpisy, může zaměstnavatel zajišťovat provádění pracovních lékařských prohlídek a posuzování zdravotní způsobilosti těchto zaměstnanců k práci u poskytovatele, který je registrujícím poskytovatelem zaměstnance (obvodní lékař), a to na základě písemné žádosti.

Nicméně, podle nového zákona o specifických zdravotních službách však také platí, že jde-li o práce zařazené podle zákona o ochraně veřejného zdraví do kategorie první, druhé, druhé rizikové, třetí nebo čtvrté anebo je součástí práce činnost, pro jejíž výkon jsou podmínky stanoveny jinými právními předpisy, je zaměstnavatel povinen uzavřít písemnou smlouvu o poskytování pracovních lékařských služeb s externím poskytovatelem.

Nadto také platí, že ostatní pracovních lékařské služby zaměstnavatel musí provádět také prostřednictvím poskytovatele, se kterým má uzavřenu smlouvu. Součástí pracovních lékařských služeb totiž není pouze provádění zdravotních prohlídek zaměstnanců, nýbrž i další služby, kterými jsou hodnocení vlivu pracovní činnosti, pracovního prostředí a pracovních podmínek na zdraví, poradenství zaměřené na ochranu zdraví při práci a ochranu před pracovními úrazy, nemocemi z povolání a nemocemi souvisejícími s prací, školení v poskytování první pomoci a pravidelný dohled na pracovištích a nad výkonem práce.

Platí tedy, že smlouvu s poskytovatelem pracovních lékařských služeb musíte mít uzavřenu vždy, i v případě, že u Vás zaměstnáváte zaměstnance pouze v první kategorii prací a zdravotní prohlídky provádíte prostřednictvím registrujících lékařů zaměstnanců.

Mgr. Jan Koval, advokát a partner

Mgr. Vojtěch Katzer, advokátní koncipient

advokátní kancelář Havel, Holásek & Partners



Novým obchodním ředitelem společnosti ČEPRO je **Martin Vojtíšek**, který se také stal členem představenstva. Další personální změny jsou v dozorčí radě - do jejího čela byl zvolen **Marek Šnajdr**. Již v



prosinci se jejím členem stal **Martin Vít**, nyní k němu přibyl ještě **Jiří Neumann** a **Zdeněk Blažek**. Dozorčí rada je tak kompletní. Martin Vojtíšek pracuje ve společnosti ČEPRO od roku 2005 na pozici vedoucího odboru obchodu.

Novým generálním ředitelem **TV Barrandov** se stal **Roman Bradáč**. Ve funkci střídá **Roberta Kvapila**, který televizi dosud vedl jako krizový manažer. TV Barrandov má také nového programového ředitele **Petra Lesáka**, který nadále zůstává jednou z tváří zpravodajské relace *Hlavní zpráva*.

Aleksander Solski se stal novým finančním ředitelem společnosti **Unilever** pro ČR a Slovensko. Doposud působil na pozici zákaznického finančního ředitele Unileveru v Polsku a baltických zemích. Má mnoho zkušeností ze všech finančních oblastí účetní finanční oblasti zákazníků a značek, účetnictví a reportingu.

Novým marketingovým a exportním ředitelem společnosti **Jan Becher - Karlovarská Becherovka** se stal **Francois Cambier**, který na tomto postu nahradil **Ludmilla Stephkov**. Francois Cambier působí ve skupině Pernod Ricard již od roku 2000, kdy nastoupil do Pernod Ricard v Německu jako brand manažer. V roce 2010 přestoupil do Pernod Ricard ve Švýcarsku na pozici marketingového ředitele. Francois Cambier pochází z Francie. Studoval marketing a obchod na univerzitách ve Francii, Anglii, Irsku a Německu.

Společnost **SHERLOG eVito**, která se zabývá poskytováním telemedicínských služeb, představila management své firmy. Předsedou jejího představenstva, odpovědným za řízení společnosti, se stal **Filip Linhart**. Pozici místopředsedy představenstva obsadil **Lubomír Myslík**.

Linhart působil před příchodem do SHERLOG eVito více než deset let ve společnosti Telefónica O2 Czech Republic, kde vedl oddělení business developmentu odpovědné za rozvoj nových příležitostí v oblasti ICT, telematiky a eHealth. Jeho dřívější praxe zahrnovala různé manažerské pozice v oblasti obchodu, marketingu, projektového řízení a business developmentu. Linhart vystudoval mezinárodní obchod na Vysoké škole ekonomické v Praze a získal titul MBA zaměřený na finance a management na Rochester Institute of Technology (US Business School v Praze). Studoval také obchodní právo na University of Limerick v Irsku.

