

Proč někteří zaměstnanci preferují práci v menší firmě

FIREMNI
KULTURA

Společnost StringData s.r.o. působí na trhu od roku 1993. Tato česká firma dodává softwarové řešení velkým společnostem především z finančního sektoru. Specializuje se na úroveň produktů a navazující procesy v oblasti bankovníctví. Počet zaměstnanců nepřekračuje 80. Firmu založil Robert Šamánek (současný jednatel a majitel) spolu s přítelem z gymnázia. Z malé vývojářské firmy se stal jeden z předních dodavatelů firemního softwaru v ČR. SD se řadí mezi středně velké firmy ve své branži. Na několik otázek nám odpověděla HR ředitelka Pavla Teplá.

■ **Čím v dnešní době přitahuje zaměstnance práce právě v menší firmě?**

U nás je stále cítit atmosféra „rodinné firmy“. Řada zaměstnanců ve společnosti pracuje již mnoho let. Pamatují si dobu, kdy firma měla jen 20 zaměstnanců a všichni pracovali na prvních klíčových zakázkách jako jedna parta. Stále s ní cítí velmi silné spojení. Nemálo z nich je také hrdých na to, že pracují právě pro českou firmu.

■ **Jaké jsou konkrétní výhody, kterých si zaměstnanci ve vaší společnosti vážejí nejvíce?**

Především je to již zmíněná příjemná rodinná atmosféra, která s sebou přináší neformální přátelské vztahy. Upřímnost a důvěra hrají velkou roli. Nevnímám tu žádnou politiku ani zbytečnou byrokracii. Když někdo něco potřebuje, jde rovnou za vedením. Nicméně důležitá je i ta skutečnost, že zaměstnanci mají možnost pracovat na projektech náročných klientů zejména z finanční sféry, a to na různých pozicích. Tak jak se objevují nové projekty, vzniká i mnoho zajímavých příležitostí ve vlastním vývoji či projektovém managementu. Pro velký počet zaměstnanců je důležitá také flexibilita, kterou jim firma nabízí. V mnoha případech povaha práce a osobní preference zaměstnancům umožňují nastavit si pracovní režim tak, aby jim plně vyhovoval a aby dokázali svůj pracovní den co nejlépe sladit se svými potřebami. Myslím tím pružnou pracovní dobu nebo někdy i možnost pracovat z domova.

■ **Jak vnímáte fungování organizace v menší firmě z hlediska vaší každodenní práce?**

Mám za to, že v takto velké firmě dochází k poměrně jednoduchému sdílení informací – pro interní komunikaci není třeba složitých procesů či nástrojů. Podobně velmi rychle fungují rozhodovací procesy. Často oceňuji to, že plánování a realizace k sobě mají blízko, což umožňuje rychle a flexibilně uspokojovat případné potřeby zaměstnanců. Co vnímám velmi pozitivně, je to, že mnoho zaměstnanců má blízko ke klientovi, pro kterého pracují a s nímž mají možnost být často v kontaktu. To jim umožňuje porozumět jeho potřebám a přicházet s co nejlepšími řešeními.

Určitě si ale všímám i jistých nevýhod. Od našich zaměstnanců se často očekává, že se budou přímo podílet na výsledcích či fungování firmy, což s sebou sice přináší větší pravomoc a samostatnost, ale i zodpovědnost, a to ne každému vyhovuje a ne každý to vyhledává. Samozřejmě i kariérní růst je, s ohledem na velikost naší firmy, limitován. Pro zaměstnance, kteří chtějí budovat kariéru v oblasti managementu, u nás není tolik příležitostí jako ve velké firmě.

Jako určitý hendikep vnímám fakt, že mnoho zaměstnanců je až zbytečně skromných. Když jsem se s prostředím společnosti seznamovala (pracuji zde od konce minulého roku), bylo to jistě překvapení. Mají totiž pocit, že pořád jde vše dělat lépe, že ve větších firmách věci fungují jinak a sofistikovaněji. Nicméně jsem přesvědčená, že v mnoha oblastech se kvalita naší práce, jednotlivých nástrojů a výstupů nachází na vysoké úrovni a zaměstnanci na ně mohou být hrdí.

■ **Společnost se v posledních letech rozrostla a už není malou rodinnou firmou. Poznámala tato skutečnost nějak způsob fungování její organizace? Jak jste se s tím vyrovnali?**

Určitě. Tak jak se firma postupně rozrůstala a zvyšovala se agenda a složitost procesů, tak bylo a stále je potřeba některé postupy a pravidla standardizovat a sjednotit, aby byly přehlednější a zůstávaly na rozumné úrovni komplexnosti. Objevila se samozřejmě i nová témata, právě třeba co se týče péče o zaměstnance. Nicméně při jednotlivých změnách se stále vždy pečlivě zvažuje, která opatření dávají smysl, aby „nezničila“ právě to, co zaměstnance k firmě přitahuje.

Navíc i v období ekonomické krize ve vazbě na změny, které s sebou někdy přinášely negativní opatření, nikdy společnost neustoupila od dlouhodobě zavedených aktivit na podporu motivace zaměstnanců. Například je tradicí, že se dvakrát do roka jezdí na společné víkendy, které fungují jako teambuilding nebo i jako poděkování zaměstnancům za jejich přínos k úspěchu firmy.

■ **Jakou roli hraje HR oddělení ve firmě vaší velikosti?**

Tak jak se organizace stávala komplexnější a rostl počet zaměstnanců, narůstaly potřeby pro HR tým. Zpočátku to byl především nábor a lehká operativita, postupně potřeba podporovat motivaci a dlouhodobý rozvoj zaměstnanců. Věřím, že i v takto velké firmě se HR může stát strategickým partnerem a spolu s vedením zajistit, aby naše zaměstnance dlouhodobě těšilo chodit do práce a aby sami vyhledávali příležitosti, jak vyjít vstříc našim klientům – a to není málo!

(red)



Odborný časopis

HR Management

V aktuálním čísle se mj. dočtete:



- Psychologie v personální práci
- Téma: Lidé se od sebe liší, jako se liší otisky prstů
- Rozvoj: Proč by měl HR manažer studovat MBA?
- Technologie: Sociální sítě ve firemní praxi

Objednejte si ukázkový výtisk ZDARMA:

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

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

Trendy v HR: engagement – výkonnost – flexibilita

Časopis HRM pořádá 30. května 2013 již počtvrté odbornou konferenci HR Meeting tentokrát věnovanou hlavním trendům v řízení lidí. Často a hodně se v současné době v managementu skloňují pojmy engagement, výkonnost, flexibilita. Jak spolu souvisejí? Jak se dá dosahovat vyšších výkonů zaměstnanců propojením engagementu a flexibility? Co všechno engagement a výkon zaměstnanců vlastně podmiňuje? Na HR Meetingu budou HR manažeři a ředitelé z firem z různých sektorů hovořit už o konkrétních zkušenostech s praktickým uplatňováním engagementu ve firemní praxi. Dozvíte se, jak lze využívat propojování výkonnosti s flexibilním režimem práce nebo jak je v praxi možné pomoci online diagnostiky účinně nastavit výkon zaměstnanců. Zajímavé budou i zkušenosti z mezigenerační spolupráce mezi generací Y a generací 50 plus v UniCredit Bank nebo case study z Red Hatu o významu partnerství a spolupráce pro vzájemnou důvěru lidí a otevřenost firemní kultury. Inspirující bude i příběh AGC Flat Glass o dopadu inovací na motivovanost a angažovanost zaměstnanců.

Inspirativní program, významné osobnosti řečníků z renomovaných firem spolu s možností vyměnit si zkušenosti – to je jen několik důvodů, proč byste si 4. ročník HR Meetingu 30. května v prostorách OKsystem v Praze neměli nechat ujít. Na setkání s vámi se těší nejen redakce HRM, ale především partneři akce: PwC, Grafton recruitment, Vema, OKsystem a KS program. Více o programu a přihlášky na www.konference.ihned.cz, e-mail: marketing.dot@economia.cz nebo tel.: 233 071 077.

Firmy by měly ovlivňovat, co se na školách učí

Firmy by měly mít možnost mluvit do toho, co se vyučuje na odborných školách, zaměstnavatelé by měli spolurozhodovat i o počtu přijímaných žáků na dané obory. Za to by měly podniky učňům nabídnout stipendia a jistotu budoucího zaměstnání. S tímto návrhem přišla Hospodářská komora. Příklad si zástupci komory vzali v Německu, kde tzv. duální vzdělávání funguje. „Kritériem českého odborného vzdělávání není uplatnitelnost,“ uvedl viceprezident komory Zdeněk Somr.

(Pokračování na stránce 2)

Třetí ročník IIK Grand Prix 2013 se blíží!

SOUTĚŽ

Institut interní komunikace (IIK) 15. dubna 2013 vyhlásil již třetí ročník IIK Grand Prix 2013, soutěže projektů z oblasti interní komunikace a souvisejících oborů z české a slovenské business praxe. Soutěž je určena všem, kteří se nějakým způsobem podílejí na interní komunikaci, a to bez ohledu na to, zda je daná organizace členem IIK. Ročník 2013 bude stejně jako minulý rok rozdělen na šest hlavních soutěžních kategorií. Do první kategorie s názvem Digitální nástroje interní komunikace se mohou hlásit firemní intranety, sociální média, mobilní aplikace a další nástroje běžně používané pro komunikaci v digitálním prostoru. Druhou kategorií jsou Tištěné nástroje interní komunikace, která může obsahovat různé časopisy, brožury, letáky, plakáty a podobné materiály určené pro interní publikum organizací. Třetí kategorie je zaměřená na firemní eventy, konference a další osobní nástroje interní komunikace. Čtvrtá kategorie pak není specifikována po obsahové stránce, ale spíše po stránce přístupu ke komunikační kampani. Jedná se totiž o kategorii Netradičních formátů/realizace interní komunikace, jako jsou například různé guerilla či virální kampaně. Poslední dvě soutěžní kategorie jsou zaměřené na firemní strategii – na Strategie krátkodobé a Strategie dlouhodobé. Do krátkodobých kampaní se zařazují jednorázové komunikační kampaně, popř. kampaně v délce do tří měsíců trvání. Kategorie dlouhodobých strategií jsou pak kampaně běžící opakovaně nebo v délce nad tři měsíce.

Hlavním kritériem hodnocení přihlášených prací je, nakolik efektivně byly provedeny. Toto kritérium hodnotí nastavení a splnění komunikačních cílů, zvolenou komunikační techniku, poměr ceny a celkového přínosu kampaně a srozumitelnost a přehlednost obsahu komunikace. Druhé kritérium hodnotí kreativitu dané práce s ohledem na samotný nápad nebo nápaditost řešení dané komunikační situace a na její vizuální a jazykovou propracovanost. Posledním hodnotícím kritériem je pak tzv. novátorství dané práce, tj. úroveň originality řešení a její přínos a možnost dalšího použití nejen v dané organizaci, ale i v celém oboru interních komunikací.

Odborná porota (viz níže) bude volit vítěze v jednotlivých kategoriích ve dvou kolech. První kolo spočívá v bodovém ohodnocení práce každým členem poroty, přičemž 50 % prací s nejvyšším počtem bodů postoupí do kola druhého, kde jsou na základě všeobecné diskuse zvoleni vítězové každé kategorie. Ke každé práci bude pro zachování objektivitu a poskytnutí cenné zpětné vazby vyhotoveno hned několik posudků. Pokud se členové poroty shodnou, že některá z prací sice nemá nejvíce bodů, přesto nese zajímavý nápad nebo myšlenku, je možné po shodě poroty ocenit práci speciální Cenou poroty IIK Grand Prix.

Stejně jako v letech minulých, i letos se vítězové jednotlivých kategorií zúčastní mezinárodní soutěže FEIEA Grand Prix.

Do soutěže IIK Grand Prix 2013 se můžete přihlásit pomocí on-line aplikace na stránkách IIK www.institutik.cz, a to od 15. dubna 2013, kdy byla soutěž oficiálně zahájena, až do 24. května 2013. Slavnostní vyhlášení vítězů pak proběhne o necelé dva týdny později, a to ve čtvrtek 6. června 2013.

Porota: Tomáš Poucha – spoluzakladatel IIK, Savoir faire; Dana Poul-Graf – spoluzakladatelka IIK, DHL IT Services; Denisa Kasl Kollmannová – pedagožka, Univerzita Karlova; Petr Sedláček – kouč a lektor, člen odborné rady IIK, Dvůr Sychrov; Martin Onofrej – spoluzakladatel AICO, PMP Group; Lenka Šilerová – Executive Director Ipsos Loyalty; Jana Holá – pedagožka, člen odborné rady IIK, Univerzita Pardubice; Alena Kazdová – šéfredaktorka HRM, Economia; Jan Chudomelka – online marketing consultant, Etnetera; Petr Růžicka – akreditovaný kouč, trenér, konzultant, klinický psycholog; Martin Marušinec – creative director, Touch Branding. (red)

Firmy plánují zvýšit nebo zachovat počet zaměstnanců

TRH PRÁCE

Z nejnovějšího Indexu důvěry firem společnosti Regus vyplývá, že 80 % českých firem plánuje v roce 2013 zvýšit nebo zachovat počet zaměstnanců. Průzkum mezi více než 26 tisíci firmami v 90 zemích ukázal výrazný zájem nabírat nové pracovníky především pro prodej a marketing v České republice. Hodnota Indexu důvěry firem v ekonomický vývoj v České republice přitom od října 2012 poklesla.

Klíčové poznatky

- Celosvětově se Index důvěry firem společnosti Regus nachází na hodnotě 114 bodů, o 3 body výše než v říjnu 2012;
- V České republice je Index na hodnotě 91 bodů, o 7 bodů níže než před šesti měsíci.
- 41 % českých firem uvádí rostoucí obrát a 33 % vyšší zisk oproti minulým dvanácti měsícům.
- 14 % českých podniků plánuje zvýšit počet svých zaměstnanců o více než 5 %.
- Celých 52 % je toho názoru, že firmy najmou další pracovníky pro prodej a marketing, a 35 % uvádí provozní personál.

Rudd Doggen, regionální ředitel pro střední a východní Evropu ve společnosti Regus, uvádí: „Z výsledků nevyplývá pouze záměr firem nabírat nové lidi, ale také to, že plánují investovat do prodeje a marketingu. Z pohledu českých společností je evidentně vhodná doba na to, aby na nic nečekaly a pustily se do prodeje a zvrátily nepříznivé trendy důvěry v ekonomický vývoj. Všechny

(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



Foto: Shutterstock

(Pokračování ze stránky 1)

Výuka na učilištích technologicky zaostává za praxí, absolventi pak těžko nacházejí uplatnění. Škola by podle jeho představ nesměla přijímat uchazeče, dokud neuzavře spolupráci s konkrétní firmou ve svém regionu, kam by žáci chodili na praxi. Podniky by si tak vychovaly zaměstnance podle svých představ. Své žáky a studenty by měla firma během studia podporovat formou stipendií a po absolvování jim nabídnout práci. Náklady na vzdělávání žáků by měly být daňově uznatelné.

Spolupráci škol a firem chce ministerstvo školství nastartovat projektem Pospolu financovaným z EU. Škola a firma strojirenská, stavební nebo zemědělská mohou dostat až 1,75 mil. Kč bez DPH na odborný výcvik žáků.

NERV bude mít novou pracovní skupinu k trhu práce

V rámci Národní ekonomické rady vlády (NERV) vznikne nová pracovní skupina zabývající se pracovním trhem. Garantem pracovní skupiny bude člen NERV Daniel Münich. Skupina bude např. podle Münicha průběžně vyhodnocovat nové projekty ministerstva práce a sociálních věcí. Podle dat ministerstva práce nezaměstnanost v Česku se v březnu snížila na 8 % z únorových 8,1 %. Pokles březnové nezaměstnanosti je přitom podle analytiků pouze zdánlivě pozitivním údajem.

Finanční ředitel roku 2012

Finančním ředitelem roku 2012 se stal Patrik Choleva ze společnosti Skanska. Sdělil to Klub finančních ředitelů (CFO Club), který uděluje ocenění pro finanční manažery působící v ČR. Nominováno bylo osm finančních ředitelů. Choleva, který je také místopředsedou představenstva Skansky, zvítězil díky loňským výsledkům společnosti.

Na druhém místě skončil Thomas Merker ze společnosti RWE GasNet, třetí je Libor Němeček z Agrofert Holdingu. Talentem roku zvolila Rada CFO Clubu Ladislava Jelínka, ředitele divize finance společnosti Sazka sázková kan-

(Pokračování na stránce 3)

(Pokračování ze stránky 2)

trendy ukazují na to, že flexibilita práce se stane z pouhého příjemného bonusu nutnou podmínkou zaměstnání a že bude hrát klíčovou roli při získání a udržení si nejlepších zaměstnanců v jakékoli společnosti. Mladší generace nastupující do zaměstnání se vyznačuje velmi odlišným přístupem a upřednostňuje flexibilitu a kvalitu života před tradičnějšími hodnotami. Flexibilní práce však přináší i další výhody, umožňuje například snížit náklady na fixní kancelářské prostory a zvýšit produktivitu zaměstnanců.“

Globální výsledky průzkumu (<http://reg.us/BCI8>):

- Z globálního pohledu 85 % firem plánuje v roce 2013 zvýšit nebo zachovat počet zaměstnanců a jedna ze čtyř se chystá na nárůst o více než 5 %.
- Celých 57 % chce rozšířit oddělení prodeje a marketingu. Očekává se velký nárůst v náboru provozních zaměstnanců (40 %), kteří mají pokrýt nárůst prodeje.
- U malých firem, které jsou tradičně motorem ekonomického oživení, je pravděpodobnost nabírat vyšší počet nových zaměstnanců nejvyšší (28 %).
- Firmy působící v zahraničí dosahují lepších výsledků než firmy orientované jen na domácí trh.
- Od října 2012 se Index zvýšil o 3 body.

(tz)

„Prostě to udělejte“ aneb Demotivace evropských zaměstnanců

ŘÍZENÍ LIDÍ

Evropští lídři jsou unavení bojem s krizí a vytvářejí pro své zaměstnance demotivující pracovní klima. Vyplyvá to z nového průzkumu globální poradenské společnosti Hay Group. Zatímco dobré vedení je charakterizováno flexibilním přístupem šitým na míru dané situaci, více než třetina (39 %) evropských lídrů si osvojila maximálně jeden dominantní styl vedení. Zhruba jen čtvrtina z nich (23 %) je schopná použít čtyři nebo více stylů vedení. Navíc s přetrvávající ekonomickou nejistotou v Evropě se místní lídři začínají stále více spoléhat na direktivní styl vedení. Ten je charakterizován přístupem „prostě to udělejte“, kdy direktivní lídr přebírá kontrolu, instruuje zaměstnance a vede je s kritickým okem. Dříve to v tomto regionu býval spíše výjimečně používaný styl, ale nyní se stal dominantním přístupem pro více než jednu třetinu (38 %) evropských lídrů. Ještě v roce 2005 přitom převažoval pouze u 18 % z nich. V Severní Americe převažuje u 23 % lídrů a v pacifickém regionu u 24 %.

Není tedy překvapením, že pouze 17 % lídrů v Evropě dokáže pro své zaměstnance vytvořit klima podporující vysokou výkonnost a 13 % klima povzbuzující. Více než polovina (56 %) evropských lídrů vytváří demotivující pracovní atmosféru.

Pohled na ČR, Slovensko a Maďarsko

Při pohledu na náš region je zřejmé, že výsledky kopírují výsledky evropské – 30 % lídrů v ČR, na Slovensku a v Maďarsku vytváří pozitivní klima (klima vysoké výkonnosti nebo klima povzbuzující) a 53 % vytváří demotivující klima. Rozdíl mezi naším regionem a Evropou je zřetelný v dominanci direktivního stylu, který preferuje 55 % lokálních lídrů. V celé Evropě mu přitom dává přednost „jen“ 38 % lídrů. Přílišné spoléhání se jen na jeden styl vedení může mít negativní dopady. Výzkumy Hay Group ukázaly korelaci mezi počtem používaných stylů vedení a klimatem – lídři vytvářející klima vysoké výkonnosti zpravidla používají více stylů. Vzhledem k tomu, že pouze 15 % lídrů v našem regionu ovládá škálu čtyř a více stylů vedení a celých 41 % ovládá jen jeden styl, není překvapivé, že pouze 16 % manažerů vytváří klima vysoké výkonnosti.



Foto: Shutterstock

Bouřlivé klima v Asii a Latinské Americe

V rozvíjejících se trzích zůstává direktivní styl první volbou místních lídrů. U zhruba poloviny asijských a jihoamerických lídrů (48 % a 60 %) je vnímán jako dominantní styl. Díky tomu, že globalizace ovlivnila místní způsoby vedení a podmínky na trhu se zlepšily, začínají lídři více uplatňovat demokratické, koučovací, harmonizační a vizionářské přístupy. I přesto je však pouze čtvrtina (24 %) lídrů v Asii a třetina (37 %) v Jižní Americe schopna použít čtyři, nebo více stylů vedení. Toto se odráží v jejich pracovním prostředí, protože se ukazuje, že 66 % lídrů v Asii a 59 % v Latinské Americe vytváří demotivující atmosféru.

Slunečné klima

Severoamerické organizace zastihují své sousedy, protože více než jedna třetina (37 %) lídrů úspěšně vytváří klima povzbuzující, anebo klima vysoké výkonnosti. V tomto regionu převažuje vizionářský styl (používá ho 47 % lídrů) a průzkum Hay Group ukazuje, že severoameričtí lídři jsou typicky dobří v poskytování jasných, dlouhodobých vizí pro své týmy. Nicméně i když severoameričtí lídři více než kdokoliv jiný na světě vytvářejí pozitivní klima, i u nich existuje prostor ke zlepšení. Téměř polovina (49 %) lídrů z tohoto regionu stále vytváří klima demotivující.

Pacifický region nabízí obdobný obrázek. Zde pouze čtvrtina (23 %) lídrů zvládá čtyři nebo více stylů vedení, a je tudíž nepřekvapující, že více než polovina (52 %) vytváří demotivující klima.

Manažeri mohou používat šest stylů vedení

- Direktivní styl: Cílem direktivního stylu je okamžité splnění úkolu. Tento styl řízení spoléhá spíše na „příkazy“ a málo využívá dialogu. Charakteristickým rysem direktivního stylu je přísná kontrola, korektivní zpětná vazba a skrytá, někdy dokonce explicitní, hrozba. Motivace se omezuje na upozorňování na následky, které plynou z nedodržení příkazů nebo nesplnění úkolů.

(Pokračování na stránce 4)

www.ProByznys.info

NEHLEDEJTE, RADĚJI PODNIKEJTE

PORTÁL
PRO
PODNIKÁNÍ

(Pokračování ze stránky 2)

celář. Rada ocenila především jeho zásluhy na finanční restrukturalizaci Sazky, která přinesla úsporu provozních nákladů ve výši 1 mld. Kč.

ÚOHS zrušil tendr úřadu práce

Úřad pro ochranu hospodářské soutěže (ÚOHS) zrušil desetimilionový tendr Úřadu práce na rekvalifikační kurzy vypsaný pro libereckou krajskou pobočku. V tendru našel několik chyb. Úřad práce se proti rozhodnutí neodvolal. Verdikt je pravomocný, zjistila ČTK z webu ÚOHS. Podle ÚOHS nebyly zadávací podmínky tendru vymezeny dost jasně a transparentně. Zakázku, která měla uchazečům o zaměstnání pomoci získat řidičská oprávnění, vypsal Úřad práce loni. Na tendr si u ÚOHS stěžovala společnost Horčička s.r.o., která byla z tendru vyřazena.

Personálie

■ Generálním ředitelem vydavatelství **Economia, a.s.**, se od 1. 6. 2013 stane **André Warnecke**. Do vedení největšího tuzemského ekonomického vydavatelství míří německý manažer s více než 15 lety zkušeností s vedením, restrukturalizací a digitalizací médií v řadě evropských zemí. Warnecke přichází z mediální společnosti Medici. Většinu svého profesního života strávil ve výkonných funkcích předních ekonomických mediálních domů.

■ Ředitelkou **centrálního úřadu práce** se stane exšéfka Správy služeb zaměstnanosti **Marie Bílková**, která nyní působí na ministerstvu financí. Do funkce nastoupí 1. května. Bílková nahradí dosavadního ředitele **Jiřího Kubešu**, který ke konci měsíce rezignoval.

■ S účinností od 1. 5. 2013 je ve vydavatelství **Ringier Axel Springer CZ** šéfredaktorem deníku **Blesk** jmenován **Radek Lain**. Tím zároveň končí dvouletá mise **Pavla Šafra**, ředitele integrovaného newsroomu skupiny Blesk a Aha!, a **Ivana Hamšíka**, šéfredaktora týdeníku Reflex. K 1. 5. se Pavel Šafir vrací jako šéfredaktor do časopisu **Reflex** a Ivan Hamšík je jmenován šéfredaktorem oddělení vývoje nových projektů.

Odborný časopis

HR Management

má svůj profil na Facebooku pod jménem:
HRM redakce

(Pokračování ze stránky 3)

- **Vizionářský styl:** Vizionářský styl poskytuje dlouhodobý směr a vizi. Tento styl při vytyčení vize spoléhá na dialog s ostatními i na individuální pohled manažera a obchodní aktivity. Manažer udržuje zapojení ostatních ujišťováním, že daný směr je z dlouhodobého hlediska v nejlepším zájmu týmu i organizace, sledováním výkonů z hlediska vytyčených cílů a poskytováním vyvážené zpětné vazby zaměstnancům.
- **Harmonizační styl:** Cílem harmonizačního stylu je vytvářet soulad a vyhýbat se konfliktům. Manažer využívající harmonizační styl tráví hodně času rozvíjením vztahů mezi zaměstnanci. Tento styl spíše odměňuje osobní vlastnosti a vyhýbá se konfrontacím souvisejícím s výkonností.
- **Demokratický styl:** Demokratický styl je styl, jehož cílem je prostřednictvím vzájemné dohody podnítit zapojení. Spoléhá na schopnost zaměstnanců určit si vlastní směr a konstruktivně řešit spory. Jsou pro něj charakteristické časté schůze, naslouchání, hodnocení výkonů a částečná kritika málo výkonných zaměstnanců.
- **Styl udávající tempo:** Cílem stylu udávajícího tempo je plnění úkolů v souladu s nejvyššími standardy. Manažeré používající styl udávající tempo mají sklon vést druhé za pomoci vlastního příkladu. Sami sebe stanovují jako standard a obávají se delegování.
- **Koučovací styl:** Cílem koučovacího stylu je dlouhodobý rozvoj druhých. Manažer využívající koučovací styl pomáhá jednotlivcům identifikovat jejich individuální silné a slabé stránky. Obvykle sem patří to, že manažer pomáhá zaměstnanci sestavit cíle rozvoje a poskytuje mu kontinuální podporu a zpětnou vazbu.

(tz)

Úprava ochrany oznamovatelů trestných činů

PRÁVNÍ
PORADNA

Zajímalo by mě, jaká je úprava ochrany oznamovatelů (whistleblowing) v ČR. Slyšel jsem, že v zahraničí jsou zaměstnanci, kteří nahlásí trestný čin, určitým způsobem chráněni. Jak je to u nás a čeho všeho se whistleblowing týká?

Termín whistleblowing obecně znamená upozorňování na nezákonné, korupční nebo nelegitimní praktiky na pracovišti. Hlavním smyslem takovéto úpravy je zabránit tomuto nekalému jednání, předejít jeho negativním důsledkům a také ochránit oznamovatele takového jednání. V současnosti je korupce často diskutovaným tématem a právě k jejímu odhalování by úprava whistleblowingu měla pomoci.

V zahraničí tato úprava dopadá především na zaměstnance státní správy a velkých společností, kteří upozorní na podezřelý, nebo dokonce trestný jednání. Zpravidla se jedná o zaměstnance, kteří v souvislosti se svojí prací zjistí, že došlo k nějakému nekalému jednání, které by mohlo ohrozit veřejný zájem – například bezpečnost, životní prostředí, zdraví, veřejné prostředky apod. Za následné ohlášení takového jednání příslušnému úřadu by zaměstnanec neměl být od společnosti, v níž pracuje, nikterak diskriminovaný či jinak trestán.

V praxi to ale ve většině případů vypadá spíše tak, že se zaměstnavatel s takovým zaměstnancem „udavačem“ snaží pracovní poměr ukončit či oznámení nekalých praktik vede k nepříznivému pracovnímu prostředí a zaměstnavatel tak v podstatě donutí svého zaměstnance, aby odešel sám. Zákonná úprava whistleblowingu by proto měla přinést zejména ochranu pro oznamovatele, a motivovat je tak k odhalování nekalých praktik, zároveň by však měla přinést takové řešení, jež by zabránilo zneužívání této ochrany.

V České republice komplexní úprava whistleblowingu zatím neexistuje. Pravděpodobně se ale promítne do zákona č. 198/2009 Sb., o rovném zacházení a o právních prostředcích ochrany před diskriminací a o změně některých zákonů (antidiskriminační zákon). Návrh věcného záměru legislativního řešení whistleblowingu a ochrany oznamovatelů byl však již vládou schválen na podzim roku 2012. Dle legislativního plánu vlády má být řešení whistleblowingu předloženo vládě ke schválení na jaře letošního roku. Konkrétní podoba zákonné úpravy však v tuto chvíli ještě není známa. Původní termín účinnosti nové zákonné úpravy, který byl stanoven na leden 2014, tak v tuto chvíli lze považovat spíše za nereálný.

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



Odborné časopisy **HR Management** a **Moderní řízení** si můžete číst v elektronické podobě v počítači (na webu ve flashovém prohlížeči on-line), tabletu (iPad/Android) i chytrém telefonu (iPhone/Android).
Více se dozvíte na
<http://eol.ihned.cz/ehmanagement/>
a <http://eol.ihned.cz/emodernirizeni/>



■ **Martin Vrána** nastoupil do vydavatelského domu **Economia** na pozici Senior Account Managera. Má na starosti inzerci, redakční podporu a komunikaci s klienty a partnery pro B2B tituly management a finance, tj. časopisy: Bankovníctví, Finanční poradce, HRM, Finanční management, Moderní řízení, Právní rádce a Business Spotlight.

■ Prezidentem **Asociace televizních organizací** (ATO) byl zvolen generální ředitel České televize **Petr Dvořák**. V čestné jednoleté funkci střídá bývalého ředitele FTV Prima **Marka Singera**. Zároveň valná hromada ATO přijala za nového přidruženého člena Asociaci producentů v audiovizí (APA).

■ Šéfem **Televizního studia Ostrava České televize** bude od června **Tomáš Šířina**. Šířina dosud pracuje jako šéfredaktor Deníku na severní Moravě. Nahradiť má **Ilju Racka**, který sám odstoupil v lednu. Šířina pracuje v médiích 20 let, 12 let jako šéfredaktor. Vedením televizního studia Ostrava byla dočasně pověřena **Milena Sladká**, dříve vedoucí ekonomiky a provozu. V televizi vznikly dva nové útvary. Do prvního pod názvem self-promotion a grafika se sloučila dosavadní kreativní oddělení, self-promotion a plánování a on-air a povede jej **Denisa Kolářová**. Druhým je koordinace výroby, do nějž se převede herecký a komparzní rejstřík a který povede **Tereza Papalová**.

■ Generálním ředitelem společnosti **Media Master** se stal **Radek Jeneš**. V nejvyšší funkci vystřídá **Víta Mikysku**. Společnost od května přebírá obchodní zastoupení vydavatelství **Empresa Media**, které vydává mj. časopisy Týden, Sedmička či Instinkt. Media Master bude nově prodávat i tištěnou reklamu – pro nový titul MarketingSalesMedia a pro časopis pro děti Animáček. Jeneš na nejvyšším postu v Media Master působil už v letech 2001–11. V posledních dvou letech byl jednatelem Media Stage Czech Republic a ProductMedia.

4.

ROČNÍK KONFERENCE

HR MEETING

TRENDY V HR: ENGAGEMENT – VÝKONNOST – FLEXIBILITA

Více informací a přihlášky na www.konference.ihned.cz,
e-mail: marketing.dot@economia.cz nebo tel.: 233 071 077

HR MANAGEMENT – PDF servis vydavatelství Economia, a.s. Registrován pod ISSN 1803-3903. Vychází jednou za 14 dní. Kontakt na redakci: On-line divize odborného tisku, Economia, a.s., Dobrovského 25, 170 55 Praha 7. Alena Kazdová, šéfredaktorka, tel.: 233 071 634, fax: 233 071 472, alena.kazdova@economia.cz; Milada Chlebounová, webeditorka, tel.: 233 073 154, milada.chlebounova@economia.cz; Pavel Volčík, marketingový manažer časopisu, tel.: 233 071 077, pavel.volcik@economia.cz; Martin Vrána, manažer inzerce, tel.: 233 071418, mobil: 733 618 045, martin.vrana@economia.cz; Renata Němcová, sekretariát, tel.: 233 071 471, fax: 233 072 015, renata.nemcova@economia.cz. © Všechna práva vyhrazena. Bez předchozího písemného souhlasu vydavatelství Economia, a.s., je zakázána jakákoliv další publikace, přetištění nebo distribuce (tištěnou i elektronickou formou) jakéhokoli materiálu nebo části materiálu zveřejněného v tomto PDF servisu. Neoznačené články jsou ze servisu agenturního zpravodajství ČTK, která si vyhražuje veškerá práva. PŘIHLÁŠENÍ-ODHLÁŠENÍ PDF SERVISU: pdf.hrmanagement@economia.cz.