



## MODERNÍ ŘÍZENÍ

V *Moderním řízení* si aktuálně přečtete:

### Toyota a principy budování vztahů

Společnost Toyota používá při budování profesionálních vztahů metodu „job relations“. Ta přispívá ke zlepšování spolupráce v týmu a předchází také konfliktům nebo je pomáhá účinně řešit.

### Naučte se pracovat mezi „krokodýly“ a dosáhněte svého cíle

Jiří Kula je globální viceprezident výrobní společnosti ESAB a kouč. Ukazuje, jak je třeba se v tvrdém korporátním prostředí naučit prosadit a čelit i „špinavým“ trikům. Jak si poradit se záškodníkem či někým, kdo vám krade nápady?

### Ve firmě můžete změnit místo, čas i typ spolupráce

Přestože je flexibilita ve firmách žádaná hodnota, nastavit takové pracoviště podle strategických cílů umí málokdo. Přitom můžete změnit jak místo, tak čas i typ spolupráce.



## Moderní řízení

**V LETNÍM DVOUČÍSLE NALEZNETE:**

- **TÉMA: PSYCHOLOGIE V BYZNYSU:** Toyota a principy budování vztahů na pracovišti. Přečtete si dvě případové studie z praxe.
- **ROZHOVOR:** Když nežiješ na hraně, zabíráš příliš místa.
- **ZAHRAŇNÍČNÍ PROFIL:** Rezolutní královna sušenek a smačků.
- **MANAŽERSKÉ DOVEDNOSTI:** Jak získat absolventy do firem. Vzdělávání v praxi.

**Nové číslo  
právě v prodeji**

Objednejte si  
aktuální vydání  
jednoduše přes  
SMS

**1 výtisk jen za 150 Kč**

Pošlete SMS ve tvaru  
MR JMENO PRIJMENI  
ULICE C. P. OBEC PSC  
na číslo 902 11.

Objednací SMS jsou zpoplatněny podle běžného tarifu mobilního operátora.  
Cena SMS služby včetně doručení výtisku je 150 Kč (včetně DPH).  
Službu technicky zajišťuje ATS Praha, infolinka 296 363 199 v pracovní dny 8:00-17:00, www.platmobilem.cz.

Ukázkový výtisk si zdarma objednejte na:  
[www.eshop.ihned.cz](http://www.eshop.ihned.cz)



## CSR

### Pro Čechy je zásadní, zda se firma chová společensky odpovědně

Společenská odpovědnost (CSR) je důležitá nejen pro velké firmy a nadnárodní korporace, ale představuje důležitou součást aktivit i menších podniků s lokální působností. Výzkum Ipsos ukazuje, že 61 % Čechů považuje při nákupu produktu nebo služeb za klíčové, zdali se firma chová společensky odpovědně. CSR představuje poměrně širokou oblast aktivit, které primárně neznamenají pro firmu zisk. Z dlouhodobého hlediska jsou nicméně přínosné pro všechny, protože pomáhají vytvářet dobré povědomí o značce a zvyšují důvěryhodnost firmy. „Podniky se v rámci CSR nejvíce zaměřují na ochranu životního prostředí, vzdělávání či podporu znevýhodněných. Můžeme vidět také větší zaměření na pomoc místním komunitám,“ uvádí Lucie Mádlová, výkonná ředitelka Asociace společenské odpovědnosti. „Společenská odpovědnost se přitom netýká jen velkých či nadnárodních firem. Mnohdy je naprosto přirozenou záležitostí pro řadu malých a středních podniků či rodinných firem. „Menší a rodinné firmy většinou působí lokálně a často ani význam zkratky CSR neznají. Majitelé nebo zakladatelé se však přesto soustředí na společensky odpovědné aktivity, protože je k tomu nutí osobní hodnoty,“ říká Jiří Jemelka, ředitel společnosti J.I.P. pro firmy, jež působí na poli revitalizace zejména středně velkých podniků. „Jde rovněž o dobrou pověst. Pro firmy, které působí lokálně a lidé z okolí je znají, je dobré renomé klíčové,“ dodává Jiří Jemelka. Podle Lucie Mádlové jsou CSR aktivity pro zákazníky i pro potenciální zaměstnance stále důležitější. „Vnímáme, že společensky prospěšné aktivity působí na lidi pozitivně. Měly by tvořit nedílnou součást fungování každé významné společnosti,“ domnívá se Robin Stránský, marketingový manažer české společnosti Tommy Stachi, která je poskytovatelem rychlých a bezpečných úvěrů. (tz)

## FACEBOOK



<https://cs-cz.facebook.com/modernirizeni/>

## KRÁTCE

### Zaměstnanci si přejí 13. plat

V současnosti tři ze čtyř českých firem hlásí nedostatek uchazečů na vypsane pozice. Lidé by chtěli, aby daná společnost mezi svými benefity určité nabízela i třináctý plat. Potvrzuje to studie výzkumné agentury NMS Market Research mezi řediteli malých, středních i velkých podniků. Nejméně se Čechům chce do větších společností, problém sehnat pracovníky hlásí 86 procent firem s více než 500 zaměstnanci. Naopak nejlépe se lidské zdroje daří sehnat malým firmám do stovky zaměstnanců. Mezi nimi hlásí problém s náborem „jen“ 56 procent. Společnosti trápí rovněž vysoká fluktuace, tedy častá změna práce, se kterou se potýká až pětina firem. Hlavní příčinou jsou vysoké mzdové nároky zaměstnanců. Dvě třetiny uchazečů totiž mají vyšší platová očekávání. Vzhledem k situaci na trhu práce jim však více než 60 procent firem raději vychází vstříc. S nabídkou benefitů se firmy podle dotázaných HR ředitelů většinou trefují. Co by však lidé nejvíce ocenili je třináctý plat. Ten však zaměstnavatelé nabízejí jen zřídka. (denik.cz)

### Zájem o němčinu roste

V ČR přibývá společností, kde komunikace probíhá anglicky i německy. Lidé, kteří však dokážou v němčině jednat nebo prezentovat, je naproti tomu nedostatek a to se momentálně odráží na poptávce jazykových kurzů. Zájem o výuku němčiny rapidně vzrostl, zejména mezi firmami. „Perfektní znalost angličtiny se dnes už považuje za samozřejmost, v mezinárodní společnosti ji nijak neohromíte. Z němčiny se proto stává výrazná konkurenční výhoda,“ uvádí HR specialista Dušan Laščíak. Podle něj přibývá



firem, které komunikují s německými nebo rakouskými centrály a kde zaměstnanec potřebuje velmi pokročilou znalost němčiny. Jenže najít uchazeče s pokročilou němčinou a požadovanou odborností bývá pro firmy oříšek. Jazykové školy proto registrují zvýšený zájem o kurzy němčiny. "Němčina je po

(Pokračování na stránce 2)

## HRM

## Mileniálové mění trh práce, firmy se musí přizpůsobit

Mileniálové, tedy lidé, kteří se narodili v letech 1980 až 1995 a jsou první generací vyrůstající ve světě on-line technologií, někdy také označované jako generace Y, mají o svém zaměstnání odlišné představy než generace před nimi. Podle průzkumu, který na vzorku 19 tisíc mileniálů z 25 zemí světa udělala agentura ManpowerGroup, při výběru toho, kde a jak budou pracovat, tito mladí lidé sledují tři priority: peníze, jistotu a volný čas. Chtějí být odměňováni za své úsilí. Chtějí mít v zaměstnání jistotu, kterou ale chápou odlišně než předchozí generace. A přitom mít stále volnost, aby mohli jednou za čas zastavit a dobít baterie. Chtějí také pracovat se skvělými lidmi, užívat si dobu strávenou v práci, a to s možností pracovat flexibilně. Vyhledávají proto příležitosti, kde jsou nové výzvy a typy práce.

„Je tedy nevyhnutelné, aby zaměstnavatelé mnohem více naslouchali, co současná a budoucí generace. Chtějí také pracovat se skvělými lidmi, užívat si dobu strávenou v práci, a to s možností pracovat flexibilně. Vyhledávají proto příležitosti, kde jsou nové výzvy a typy práce. „Je tedy nevyhnutelné, aby zaměstnavatelé mnohem více naslouchali, co současná a budoucí generace na trhu práce hledá. Firmy musí být mnohem více kreativní a nemohou si jednoduše dovolit nebyť pro mileniály přitažlivými,“ řekla Jaroslava Rezlerová, generální ředitelka ManpowerGroup Česká a Slovenská republika.

Mileniálové jsou zvyklí na rychlejší vývoj světa a chtějí rozmanitou kariéru, která rychleji postupuje vpřed. Jsou si vědomi toho, že musí své dovednosti a schopnosti pravidelně zdokonalovat, aby zůstávali zaměstnatelnými po celý pracovní život. Dokonce věnují svůj čas i své peníze tomu, aby to dokázali. „Podstatné je investovat do jejich rozvoje, plánování jejich kariérního růstu či vzdělávání,“ říká Olga Hyklová, ředitelka společnosti AC Jobs. Jedním z nejčastějších důvodů pro odchod ze zaměstnání je totiž právě pocit stagnace a nemožnosti kariérního růstu, nedostatečná seberealizace či změna pracovní pozice v rámci firmy.

Firmy musí dávat o sobě vědět. Především je podle personalistky Lincové třeba pracovat na budování „dobré značky“ firmy. Na tu totiž slyší nejvíce právě mladí lidé. Je proto důležité, aby HR manažeři, tedy personalisté, byli opravdu právoplatnou součástí vedení firmy a podíleli se na vytváření HR marketingové strategie.

Abyste mohli ovlivnit, zda bude firma vnímaná jako dobrý zaměstnavatel, který může nabídnout zajímavou a smysluplnou práci s perspektivou pro rozvoj svých zaměstnanců. Mladí žijí na internetu.

Podle typu nabízené pozice je dobré kombinovat různé způsoby nábory. Stálíci sice zůstávají pracovní portály.

Ovšem i další sociální sítě mohou hrát roli. Podle průzkumu společnosti Society for Human Resource management (SHRM) využívá 66 % firem také Facebook, postupný nárůst je patrný také v případě Instagramu. Zatímco v roce 2013 ho společnosti jako možný náborový kanál nevnímaly vůbec, o dva roky později na něj sázelo již 7 % oslovených firem. „Instagram může být zajímavý zejména pro firmy, které hledají mladé lidi s originálními nápady. Fakt, že víte, co vyfotit, jaký k tomu přidat hashtag a jak získat sledovanost, může být pro firmy z některých oblastí velké plus,“ vysvětluje Martin Novák z BIBS - vysoké školy.

Sociální sítě jsou také ideální možností k nábory pasivních uchazečů o zaměstnání. „Jen asi čtvrtina lidí totiž aktivně hledá nové zaměstnání, zbytek čeká na lepší nabídku,“ říká Olga Hyklová a dodává: „Úspěšné budou ty společnosti, které dokážou pasivního kandidáta najít a přesvědčit ho, aby přešel k nim. To je důvod, proč o talenty ve svých firmách dobře pečovat.“

(idnes.cz)



angličtině stabilně druhým nejpoptávanějším jazykem. Teď ale nastal opravdový boom. Na našich pražských pobočkách učí téměř dvojnásobný počet učitelů než v roce 2015,“ říká akademická manažerka Bibiana Machátová z jazykové školy Caledonian School. (ihned.cz)

## Čtvrtina mladých nemá svůj bankovní účet

V Česku je v současné době podle Českého statistického úřadu téměř sedm set tisíc studentů středních a vysokých škol. Podle výsledků studie společnosti GfK každý čtvrtý studující ve věku od 15 do 25 let není klientem žádné finanční instituce. Dohromady jde tedy o zhruba 170 tisíc mladých lidí. Hlavním důvodem je podle průzkumu opatrný vztah k financím.

Mladí se nechtějí zadlužovat a využívat tak třeba některé produkty bank. Věci, které si kupují, tak platí především z uspořených peněz. V průměru se jejich kapesné od rodičů pohybuje okolo dvou tisíc korun, informoval Český rozhlas. S vyšším věkem a plánováním budoucnosti přicházejí mladí Češi na to, že účet v bance pro ně může mít i jisté výhody. Navíc peníze na účet posílá také většina zaměstnavatelů, takže když si studenti najdou brigádu nebo práci, vlastní účet se jim hodí. Někteří studenti přiznávají, že hlavní roli ve výběru banky hraje rodina - hlavně matka. (rozhlas.cz)

## Pozvánka na akci:

## Helicopter View pro Leadery

Zveme vás na unikátní akci, kterou vás provede Robert Janča, manažer odvahy, investor, a lead manažer.

Program je určen leaderům, kteří mají v popisu své práce dívat se jinak než ostatní na strategii firmy, potenciál, budoucí profítabilitu, a dělat klíčové rozhodnutí. Termín: 31. srpna 2017

Místo: Letiště Mladá Boleslav

[Zde klidněte pro více informací a přihlášení](#)

ROBERT JANČA  
HELICOPTER  
VIEW pro Leadery

MENTÁLNÍ PŘÍPRAVA  
NA BUSINESS PODZIM  
POHLED Z PERSPEKTIVY  
NA POTENCIÁL FIRMY,  
STRATEGIE, VIZE  
SÍLA K ROZHODOVÁNÍ

31.8.2017 | 13.00  
LETIŠTĚ MLADÁ BOLESLAV



## Nové číslo Moderního řízení

Záříjové vydání časopisu pro odborníky z oblasti HR a řízení firem vyjde 25. září 2017. Těšit se můžete na články o employer branding, vlivu směn na zdraví a spánku, a další atraktivní témata. (red)

## Moderní řízení

**ODBOBNÝ MĚSÍČNÍK, KTERÝ PŘINÁŠÍ PŘÍKLADY Z MANAŽERSKÉ PRAXE A PŘEDSTAVUJE TRENDY VE VÝVOJI MANAGEMENTU**

**Staňte se předplatiteli Moderního řízení, které vám měsíčně přináší:**

- **ZAJÍMAVÁ TĚMATA** z oblasti strategického a exekutivního managementu, rozhovory a trendy firemního vzdělávání
- **ON-LINE INFORMACE:** [www.modernirizeni.cz](http://www.modernirizeni.cz)
- **ZASÍLÁNÍ NEWSLETTERU** Moderní řízení 2x měsíčně

**Roční předplatné 1680 Kč / 1 rok včetně DPH**

Objednejte si předplatné na telefonním čísle **800 11 00 22** nebo na emailové adrese [předplatne@economia.cz](mailto:předplatne@economia.cz)

MODERNÍ ŘÍZENÍ – PDF servis vydavatelství Economia, a.s. Registrován pod ISSN 1803-3903. Vychází jednou za 14 dní. Kontakt na redakci: Economia, a.s., Pernerova 673/47, 180 07 Praha 8. Hana Kejhová, šéfredaktorka, tel.: 233 071 634, [hana.kejhova@economia.cz](mailto:hana.kejhova@economia.cz); Olga Porřiní, manažerka inzerce, tel.: 233 071 724, 731 450 373, [olga.porřini@economia.cz](mailto:olga.porřini@economia.cz); Karolína Kučerová, sekretariát, tel.: 233 071 471, fax: 233 072 015, [karolina.kucerova@economia.cz](mailto:karolina.kucerova@economia.cz). © Všechna práva vyhrazena. Bez předchozího písemného souhlasu vydavatelství Economia, a.s., je zakázána jakákoli 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](mailto:pdf.hrmanagement@economia.cz).