

## Ekonomická poradna Deníku

## JAK TO VIDÍ JIŘÍ JEMELKA

Nejvyšší šéf  
musí šéfovat



**Tvrdím a vždycky budu tvrdit, že chcete-li rychle zvýšit výkon firmy, zbaťte v prvé řadě ředitele firmy pokud možno všech automatických a operativních prací. Žel praxe ukazuje, že nejvyšší šéfové firem často řeší banální záležitosti typu „nákup toaletního papíru“ či u jaké firmy se budou přezouvat pneumatiky firemní flotily aut. Jinými slovy, je velká a drahá chyba, pokud ředitel podniku řeší operativu, nikoliv strategii a kontrolu.**

**Ředitel firmy je osou, kolem níž se otáčí celý podnik, jeho rozhodnutí mohou znamenat tisícové zisky nebo ztráty. Firma, která chce zvýšit výkonnost, musí mít lídra v podobě ředitele, který bude této akci věnovat minimálně dvě třetiny svého času a veškeré své energie. To však nemůže učinit, pokud je vrcholový manažer přesto zavalen spoustou operativy, musí určit 1-2 zkušené pracovníky, aby mu pomohli a zbavili jej podrobností, které ho zaměstnávaly.**

**Nelze učinit nic pro zvýšení čistého zisku firmy, dokud je ředitel součástí automatického mechanismu operativy firmy. Ředitel, případně podnikatel, se musí zbavit nutkavého přesvědčení, že to bez něho v provozu nepůjde. Někdo musí vyjít nad operativní rutinu firmy a jediný člověk, který to může učinit, je nejvyšší šéf podniku.**

**Mnozí ředitelé mají pro podnik 5x větší cenu než mzda, kterou dostávají. Efektivní a výkonný ředitel může být pro podnik nejužší zaměstnancem, neboť on a jeho rozhodnutí vytvářejí zisk, on ukládá nový život, energii a ducha spolupráce do každého oddělení firmy. Aby tak mohl učinit, musí se zbavit všech detailů a provozních věcí. A musí se soustředit na věci, které jsou strategicky důležité pro celý podnik.**

Autor je majitelem společnosti J.I.P. pro firmy, s. r. o., poskytující revitalizaci a restrukturalizaci zejména podnikům s českým kapitálem

## Turecký bazar

## DENÍK

IVANA  
HOFFMANA



**Summit EU s Tureckem byl pozoruhodný tím, že Turci přišli s návrhem, který s nikým kromě paní Merkelové předem nekonzultovali. Už to samo o sobě vyvolá zlou krev, neboť se potvzuje, že Turci a Němce názory jiných zemí nezajímají a vystačí si s vlastními. Jelikož se ale řeší otázka, jako bezvízový styk s Tureckem, turecké členství v EU, ve vzduchu létají požadavky na miliardy eur a rozhoduje se, jak šibovat s migranty, bez souhlasu členských zemí Evropské unie se Turci s Němci určitě neobejdou.**

**Je správné usilovat o dobré vztahy s Tureckem, ale současně je potřeba jasně říct, že jde o zemi, která do Evropské unie nepatří. Turecko je partnerem, který pro Evropu představuje bezpečnostní riziko, je zemi podezřelou z podpory radikálů a teroristů, zemi, která pronásleduje etnické menšiny a nerespektuje svobodu slova. Politikům, kteří dnes Turecko reprezentují, nelze věřit a jejich zahraničněpolitické ambice nelze sdílet. Výměnný obchod, se kterým Turci přišli, je třeba brát jako výzvu ke smlouvání v bazaru. Turci si toho spoustu navymýšleli s tím, že si připadají ve výhodné pozici, a nejspíše věří, že nás mají čím vydírat. Současně vědí, že nedostanou všechno. Evropa není v pozici, kdy musí Turecku ustupovat. Může mu naopak pohrozit různými sankcemi, pokud si doma neudělá pořádek s převaděči migrantů a hlavně pokud nepřestane přilévat olej do občanské a náboženské války v Sýrii a Iráku.**

Co je ale hlavní: nemá cenu, aby za nás na tureckém

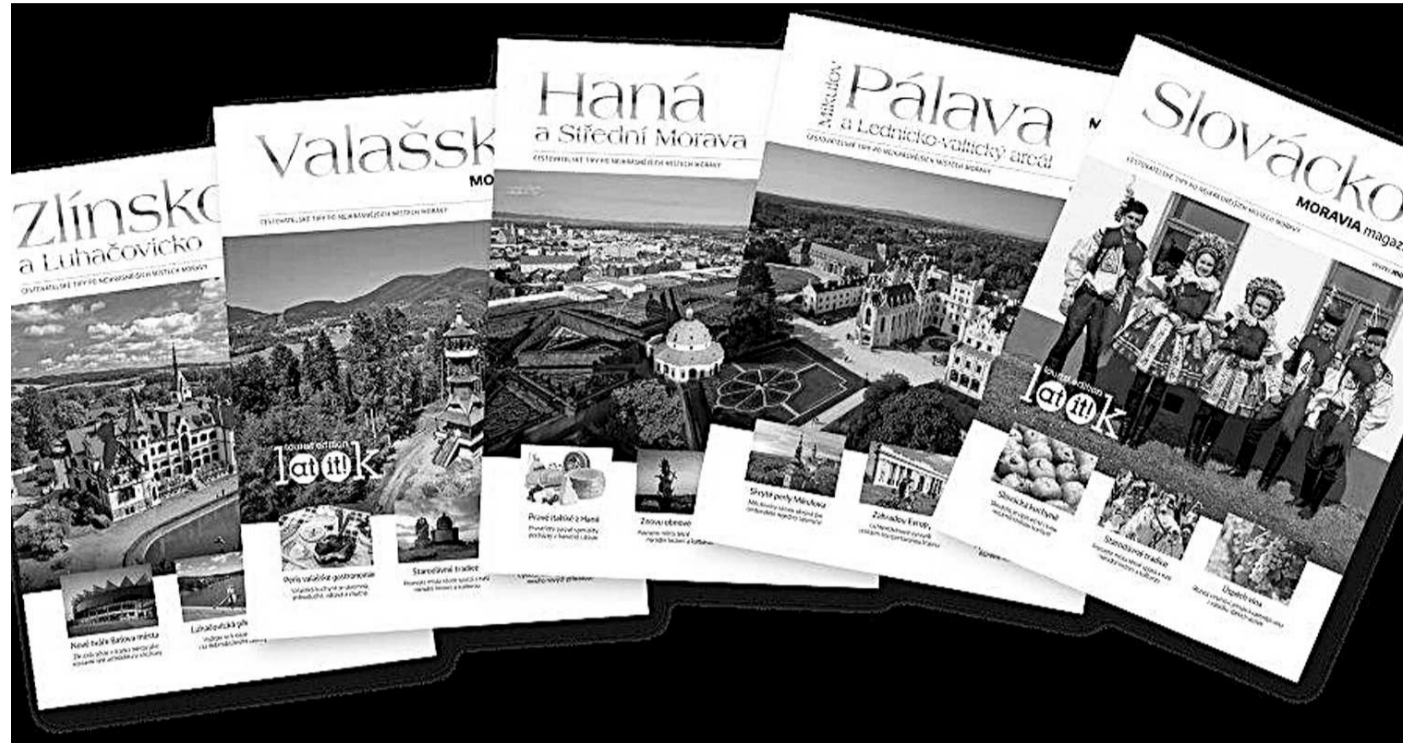
bazaru smlouvala Angela Merkelová, která doufá, že když sama s Turky domluví obchod s migranty, bude jí Evropa tleskat. Netleská se, protože Turci mají Merkelovou a s ní i migranty zaplavené Německo v hrsti.



Komentář si poslechněte na [www.denik.cz/hoffman](http://www.denik.cz/hoffman)

# Moravia magazíny přibližují cestovatelské zajímavosti krajů

Nejen informační centra na střední a jižní Moravě nabídnou zdarma nové časopisy pro výletníky



ŠEST SET STRAN ČTENÍ O MORAVĚ. Zdarma distribuované Moravia magazíny přinesou od května tipy na výlety ze Slovácka, Valašska, Hané, Zlínska a Luhačovička, ale i Mikulova, Pálavy či Lednicko-valtického areálu. Sehnat půjdou hlavně v informačních centrech. Foto: archiv

JINDRA PECHOVÁ

**Střední Morava** – Zlínský, Olomoucký a Jihomoravský kraj zaplavila nová edice cestovatelských Moravia magazínů. Jedná se o kolekci pěti titulů, jejichž cílem je představit cestovatelské tipy ze Slovácka, Valašska, Hané, Zlínska a Luhačovička a dále Mikulova, Pálavy a Lednicko-valtického areálu. Moravia magazíny poskytují v celku na 600 stran poutavého čtení a pro čtenáře jsou k dispozici od května v informačních centrech a v místech s vysokým turistickým potenciálem.

## Žádné průvodce

Nejedná se o turistické průvodce popisující atraktivitu v daném regionu. Moravia magazíny poutavým způsobem poukazují na vybrané

cestovatelské zajímavosti a novinky. Největším rozdílem je zejména forma a obsah titulů, jsou to především příběhy lidí, institucí a firem z daného regionu, kteří svým umem a schopnostmi šíří slávu daného místa, produktu nebo služby. To je podstata projektu, ukázat sílu moravských patriotů a nadšenců, pro něž překážky neexistují. Není důležité, zda se jedná o starostu obce, malou firmu, živnostníka nebo vyhlášeného podnikatele. Jsou to ale vždy lidé, kteří posouvají hranice svého oboru kousek dál. Najdete je všude, po celé Moravě, někdy jsou jejich úspěchy rychlé, ale většinou je to o velkém úsilí, odvěze, trpělivosti a vizionářství.

Moravia magazíny si v dnešním digitalizovaném světě kladou ještě jeden cíl. Čtenářům chtějí přinášet zá-

žitek z kvalitního, papírového, obrazového magazínu. V záplavě různých médií vyvolávají u čtenářů emoce z příběhů, profesionálních fotografií a grafické čistoty. „Jsme moc rádi, že projekt Moravia magazínů sklízí nadšené ohlasy u široké i odborné veřejnosti. Jdeme cestou velkých, přitažlivých fotografií, v tom je síla naší agentury a především díky tomu máme možnost ukázat Moravu v její plné kráse. Je to také šance ukázat lidem z daného regionu, co se děje na jeho druhém konci, kde je dobré se zastavit, co objevit a na koho mohou být pyšní,“ řekl ředitel agentury a vydavatel Moravia magazínů Ivan Marek.

Magazíny jsou distribuovány zdarma na místech s vysokým turistickým potenciálem, jako jsou hotely, informační centra či výstavy se za-

měřením na cestovní ruch. Důležitým distribučním kanálem jsou vlastní komunikační sítě všech partnerů projektu, kteří se v magazínu formou příběhů a fotografií prezentují. Moravia magazín má i pro fanoušky digitálních časopisů svou on-line prezentaci na [www.moravia.tips](http://www.moravia.tips), kde si výtisky můžete zdarma stáhnout.

## Partnerem se může stát téměř každý

Stát se součástí projektu a zajímavým způsobem prezentovat sebe a své konkrétní nabídky může prakticky každá obec, instituce, firma, hotel, cukrárna nebo třeba místní prodejce moštu, pokud je něčím jedinečný, zajímavý a spojený s danou oblastí. Více informací najdete na webových stránkách projektu.

## Poradna KPMG Legal



KPMG Legal s.r.o., advokátní kancelář

Na vaše otázky odpovídají odborníci z advokátní kanceláře KPMG Legal.

Kontakt: [mhrdlik@kpmg.cz](mailto:mhrdlik@kpmg.cz)



## Otázka čtenáře: Nedávno jsem založil firmu a zaměstnávám několik osob. Právní předpisy údajně upravují, jak mám zaznamenávat jejich pracovní dobu. Na co si mám dát pozor?

**P**ovinnost vést evidenci pracovní doby zaměstnavateli ukládá zákoník práce. Zaznamenávat je nutné začátek a konec odpracované směny, práce přesčas, další dohodnuté práce přesčas (ta se uplatní pouze ve zdravotnictví), noční práce a dále též pracovní pohotovosti.

Evidenci pracovní doby není totožná se záznamem přítomnosti zaměstnance na pracovišti. V evidenci pracovní doby musí být vyznačen začátek i konec každé z výše uvedených dob zvlášť. Nahlédnutím do evidence by mělo být zřejmé, kolik hodin zaměstnanec v každém dni odpracoval, zda šlo o práci přesčas, noční práci či pracovní pohotovost. Z evidence musí být dále patrné, zda byl

dozržen nepřetržitý odpočinek zaměstnance mezi směnami a v týdnu.

Zaměstnavatel je povinen vést evidenci pracovní doby u jednotlivých zaměstnanců samostatně, pro každého zaměstnance musí být veden individuální evidenční účet. Na žádost zaměstnance zaměstnavatel musí umožnit nahlédnutí do jeho účtu pracovní doby, případně též pořízením kopie na své náklady.

Právní předpisy nestanoví, jakou formou má být pracovní doba evidována. Zaměstnavatel je tedy oprávněn zvolit si jakýkoli způsob, který bude odpovídat účelu vedení evidence, tj. bude-li dostatečně průkazný a přehledný. Evidence by měla být podepsána příslušným ve-

doucím zaměstnancem, který tak ručí za správnost údajů v ní uvedených.

Evidenci zaměstnavatelé jednak slouží pro správný výpočet mezd a příplatků, sledování přesčasů či čerpání dovolené, je však také dokladem pro kontrolu dodržování právní úpravy pracovní doby a doby odpočinku ze strany inspekce práce.

V případě, že zaměstnavatel nevede evidenci pracovní doby v souladu s výše uvedenými pravidly, dopouští se správního deliktu, za jehož spáchání může inspekce práce zaměstnavateli uložit pokutu až do výše 400 000 Kč.

Martin Hrdlík, advokát  
KPMG Legal s.r.o.

## Odborníci vysvětlí ruský trh

**Střední Morava** – Ruská federace je pro Českou republiku klíčovým hospodářským partnerem a jednou z teritoriálních priorit v oblasti rozvoje a diverzifikace dvoustranných obchodních a ekonomických vztahů. Při vstupu na ruský trh by měl být český podnikatel seznámen se specifickými obchodními jednání z pohledu ruského zákazníka, zjistit rizika, která mohou při obchodování s Ruskem nastat, umět správně postupovat při obchodním jednání s ruskou firmou, popř. zjistit současnou obchodní situaci v Rusku.

Kdo se zajímá o ruský trh, je pro něj vhodný workshop s názvem Ruský byznys: Mýty a realita, který pořádá ve Zlíně dne 21. března Kontaktní centrum pro východní trhy při Krajské hospodářské komoře Zlínského kraje.

Prezentujícími budou odborníci přímo z Ruska s mnohaletými zkušenostmi a znalostmi z podnikatelského prostředí. Lektorka a konzultantka Elena Dubinenkova a eko-

nom, spisovatel Alexander Prochorov jsou na poli ruského obchodního světa opravdu zvučná jména. Tito významní hosté v průběhu asi šestihodinového bloku seznámí posluchače například s rentabilitou aktiv v různých průmyslových odvětvích, se specifiky v organizačních strukturách ruských organizací, s pravidly a stereotypy mezi podniky a bankami, s registrací podniků různých forem.

Upozorní například i na to, jak se vyhnout nebo přizpůsobit korupčním praktikám v Rusku. Tento tematický workshop bude zahrnovat jak prezentace, tak interaktivní zapojení účastníků, kteří mohou klást své dotazy v rámci jednotlivých bloků. Nabízí se také možnost individuální konzultace s lektory, kterou je třeba rezervovat předem. Během workshopu bude zajištěno simultánní tlumočení z ruštiny do češtiny. Podrobné informace naleznete na stránkách [www.khczk.cz](http://www.khczk.cz) nebo [www.kcvt.cz](http://www.kcvt.cz). (vad)

## Dámský velikonoční jarmark

Dne 20. března zve Krajská hospodářská komora Zlínského kraje společně s městem Kunovice všechny na Dámský velikonoční jarmark. Od 13 do 18 hodin si v prostorách Panského dvora v Kunovicích budou moci návštěvníci vybrat ze široké nabídky výrobků, jako jsou dekorativní věnce, dřevěné či skleněné výrobky, textilní dekorace, kraslice, šité hračky, ručně vyráběná prádla, regionální potraviny, šperky, keramika a mnoho dalšího. Těšit se můžou také na vystoupení folklorních souborů, módní přehlídku, kreativní dílnu či autorské čtení. (vad)