

dotace

Jihočeské podnikatelské vouchery podpoří rozvoj malých a středních podniků



Blíží se vyhlášení již 5. ročníku projektu Jihočeské podnikatelské vouchery, který je programem podpory spolupráce podniků v Jihočeském kraji a výzkumných organizací.

Jde o jednoduchý dotační nástroj s nízkou administrativní náročností a možností rychlé realizace

ce projektů. Byl připraven s cílem podpořit rozvoj malých a středních podniků (MSP) Jihočeského kraje, podnítit realizaci inovačních aktivit a současně je stimulovat k uskutečnění kontaktu s výzkumnými organizacemi a k zahájení či rozšíření vzájemné spolupráce.

Výzkumné organizace tak například v rámci spolupráce mohou zajistit například měření, diagnostiku či vývoj softwaru nového produktu či procesu, optimalizaci procesů či metod s cílem zvýšení efektivity nebo snížení nákladů firmy, průmyslový či produktový design nových výrobků a mnohé další.

Oprávněným žadatelem MSP se sídlem nebo provozovnou na území Jihočeského kraje. Oprávněným poskytovatelem služeb založených na znalostech jsou výzkumné organizace hodnocené vládou Radou pro výzkum, vývoj a inovace nenulovým počtem bodů. Žadatelé mají možnost získat maximálně **150 000 korun** s jejich finanční spoluúčastí 25 procent. Způsobilými výdaji jsou pouze výdaje na nákup služeb založených na znalostech od oprávněných poskytovatelů služeb.

V předchozích výzvách bylo podpořeno již 58 projektů a jejich finanční podpora činila 6 569 069

korun.

V připravovaném 5. ročníku je pro žadatele připravena finanční podpora v celkové výši 1 900 000 korun.

Garantem celého schématu je Jihočeský kraj, poskytovatelem voucheru na zvýhodněnou službu a administrátorem je Jihočeský vědeckotechnický park, a.s.

Jihočeský vědeckotechnický park, a.s.

www.jvtp.cz

Mgr. Jan Vanžura

Tel.: 383 579 114, mobil: 723 890 497

E-mail: vanzura@jvtp.cz

inspektorát práce

Inspekce práce bojuje proti deformaci trhu práce



Kontroly oblasti agenturního zaměstnávání se orgány inspekce práce věnují již více než deset let. V posledních dvou letech zkušenosti z kontrolní činnosti poukazují na zneužívání institutu agenturního zaměstnávání.

Jedná se zejména o případy, kdy je realizací obchodních vztahů (typicky smlouvou o dílo) nahrazeno a tím tak zastíráno zaměstnávání fyzických osob za účelem jejich dočasného přidělení k uživateli. Je nahrazována nejen povinností řádně uzavřít pracovněprávní

vztah mezi fyzickou osobou – zaměstnancem a agenturou práce, ale také povinnost uzavřít dohodu mezi agenturou práce a uživatelem, dochází tak k obcházení podmínek, které z těchto dohod, jak pro samotnou agenturu, tak pro uživatele stanovuje, zákoník práce. Tyto aktivity pak můžeme v praxi označit jako „skryté“ nebo „zastřené“ agenturní zaměstnávání, tyto subjekty je možné nazvat jako tzv. „pseudoagenturní práce“.

Novela zákona č. 435/2004 Sb., zákona o zaměstnanosti přinesla změny v této oblasti a definuje zastřené zprostředkování zaměstnání, které je ukotveno v ustanovení § 5 písm. g), které

toto vymezí jako činnost právnické osoby nebo fyzické osoby, spočívající v pronájmu pracovní síly jiné právnické osobě nebo fyzické osobě, aniž by byly dodrženy podmínky pro zprostředkování zaměstnání podle § 14 odst. 1 písm. b) zákona o zaměstnanosti.

S touto definicí byl nově vymezen také přestupek v této oblasti. Jedná se o nová ustanovení § 139 odst. 1 písm. i) v případě fyzické osoby a § 140 odst. 1 písm. g) v případě právnické osoby nebo podnikající fyzické osoby, podle kterých se tyto osoby dopustí přestupku tím, že zastřené zprostředkovávají zaměstnání. Za tento přestupek může být fyzické osobě uložena pokuta až do výše 5 000 000 Kč a právnické osobě či

fyzické osobě podnikající pak pokuta až do výše 10 000 000 Kč.

Kontrolní činnost v této oblasti je i v roce 2018 zaměřena na odhalování tohoto jevu, který má za důsledek nejen výkon nelegální práce občany České republiky i cizinci, ale především deformaci podmínek na poli agenturního zaměstnání.

Bc. et Bc. Jaroslava Bieberle, DiS.
vedoucí oddělení inspekce NLZ
pro Jihočeský kraj
Oblastní inspektorát práce
pro Jihočeský kraj a Vysočinu
Vodní 21, 370 06, České Budějovice
www.suip.cz

marketing

Nezapomeňte zařadit inzerci v tištěných médiích do svého marketingového mixu



ČESKOBUDĚJOVICKÝ MAGAZÍN

Už je to zkrátka tak. Bylo jen otázkou času, kdy si spotřebitelé a zákazníci v dnešní přetechizované době vezmou do rukou místo mobilu či tabletu kvalitní časopis nebo zajímavý

magazín. Netýká se to přitom jen generací, které byly na tištěná média zvyklé, ale i mladších ročníků.

Jste regionální dodavatel či výrobce? A chcete oslovit zákazníky v místě svého bydliště? Začněte samostatným průzkumem regionálních marketingových možností. U tiskovin se zaměřte jednak na obsahovou stránku produktu, ale také na jejich čtenářskou kulturu, cílovou skupinu a obchodní i prodejní síť.

Regionální tištěná média nabízejí spoustu výhod. Jmenoval bych aspoň nejdůležitější. Čtenáři regionálních tiskovin berou inzerci místních firem nikoliv jako prvoplánovitou reklamu, ale vnímají ji jako informační zdroj o dění ve svém okolí. Zajímají je akce, které se v místě jejich bydliště konají, stejně tak jako informace, jak se daří firmě, kde pracuje příbuzný či kamarád. A je jedno, zda se jedná o autosalon, IT společnost nebo stylovou restauraci.

Inzerce v regionálním periodiku má nejen příznivý ekonomický přínos pro inzerenta, ale podpoří i vazby mezi inzerující firmou a místními spotřebiteli.

Bud Media s.r.o.
Adresa: Kostelní 46
České Budějovice, 370 04
Telefon: 604 222 920
Email: inzerce@budlive.cz,
info@budlive.cz