

## Editorial

Vážené dámy a vážení pánové,

předkládáme Vám první letošní číslo časopisu *Trendy v podnikání*, kde najdete články s tematikou marketingu, podnikové ekonomiky a managementu.

Před několika desítkami let na světlo světa vstoupila zásadní inovace, která ovlivnila celý svět - internet. V té době byl vnímán jako něco výjimečného. Dnes je situace taková, že nás internet provází každodenním životem a bez něj si dnes už jen stěží dovedeme představit naši práci a volný čas. Pozornost je proto dnes věnována i prezentaci firem na internetu, zkoumáme chování uživatelů internetu a snažíme se je i ve virtuálním světě ovlivňovat. Tímto tématem se zabývá první příspěvek od autorů Bartoše a Habaty. Ti ve své práci zkoumají, jakým způsobem ovlivňuje text míru prokliků jednotlivých komponent webové stránky.

Ve druhém článku od autorů z Vysoké školy ekonomické v Praze Vávry a Zamazalové se můžeme dočíst nové informace o stále aktuálním tématu vlivu dětí na kupní rozhodování v rodině. Dávají tak velmi dobré rady především podnikům v obchodní praxi, kteří velmi často využívají ovlivnitelů k přesvědčení o nákupu jejich produktů. Rodiče dětí na prvním stupni základní školy jsou si vědomi ovlivnění svými dětmi, a sice nejvíce u kategorií zboží jako sladkosti, hračky nebo oblečení. Autoři také zkoumali, které podměty vedou děti k ovlivňování rodičů při kupním rozhodnutí.

Druhá skupina článků v tomto čísle se zaměřuje na podnikovou ekonomiku a management. Autorský kolektiv Kolařík a Kolaříková taktéž z Vysoké školy ekonomické sledovali, jak podnikatelské subjekty vnímají podporu z fondů EU, respektive z Operačního programu Podnikání a inovace. Zjistili, že velké a střední podniky nazírají na téma podobně. Odlišně se chovají malé podniky možná i z důvodů nedůvěry k dotacím a nedostatečné finanční kapacity na realizaci většího počtu projektů.

Poslední dva příspěvky se zabývají v současnosti velmi aktuálním tématem lidských zdrojů a změnami v této oblasti. Stareček, Gyurák Bábelová a Cagáňová ze Slovenské technické univerzity v Bratislavě zkoumali především průmyslové podniky a jejich aktivity v oblasti lidských zdrojů. Pozornost byla věnována tomu, jakým způsobem různé generace vnímají aktivity svých zaměstnanců. V současnosti mnohé firmy nabízejí zaměstnancům celou řadu služeb v HR centrech, jako jsou kariérní konzultace, psychologická poradna nebo pomoc v tíživých situacích. Tyto služby napomáhají vytvářet silné vztahy se zaměstnanci, což může firmám zvýšit loajalitu jejich zaměstnanců a tím i image v očích současných, ale i budoucích zaměstnanců.

Autorský kolektiv Vnoučková, Urbancová a Smolová se zabýval problematikou přípravy studentů ekonomických či podnikatelských vysokoškolských oborů ve vztahu s očekáváními. Studie identifikovala tři skupiny studentů, kteří již mají zkušenosti s podnikovou praxí. Někteří z těchto studentů měli problém s autoritou vyučujícího. Všichni si myslí, že zkušenosti, které studenti nasbírali v praxi, by se měly promítnout i do výukových materiálů, čímž by vzdělávací systém získal na větší důvěře. Na rozdíl v očekávání a spokojenosti se studiem mělo vliv i pohlaví studujících.

Jak je z předchozího textu zřejmé, držíte v ruce sice na počet článků skromnější číslo, ale tematicky ucelené a plné zajímavých poznatků, které můžeme aplikovat i do praxe. Věřím, že přečtením časopisu získáte mnoho nových informací a témat k dalšímu zkoumání či aplikaci.

za redakci časopisu  
Petr Janeček