

**ČESKÉ VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V PRAZE**

**MASARYKŮV ÚSTAV VYŠŠÍCH STUDIÍ**



**BAKALÁŘSKÁ PRÁCE**

**VYUŽITÍ INTERNETU PŘI NÁBORU  
ZAMĚSTNANCŮ**

**USING SOCIAL MEDIA FOR EMPLOYEE  
RECRUITMENT**

**2024**

**Karina Luzik**

**Studijní program:** Ekonomika a management

**Vedoucí práce:** PhDr. Lenka Emrová PhD.



# ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

## I. OSOBNÍ A STUDIJNÍ ÚDAJE

Příjmení: **Luzik** Jméno: **Karina** Osobní číslo: **506223**  
Fakulta/ústav: **Masarykův ústav vyšších studií**  
Zadávající katedra/ústav: **Institut manažerských studií**  
Studijní program: **Ekonomika a management**

## II. ÚDAJE K BAKALÁŘSKÉ PRÁCI

Název bakalářské práce:

**Využití internetu při náboru zaměstnanců**

Název bakalářské práce anglicky:

**Using Social Media for Employee Recruitment**

Pokyny pro vypracování:

Cílem práce je analyzovat přínosy a rizika náboru zaměstnanců prostřednictvím internetu. Provést analýzu současných postupů a metod využívání internetu při náboru zaměstnanců. Posoudit výhody a nevýhody využívání internetu při náboru. Navrhnout nové strategie využívání internetu při náboru zaměstnanců. V teoretické části provést rešerši literatury, která poskytne přehled o existujících teoretických přístupech, trendech a postupech v této oblasti. V empirické části provést smíšený výzkum (on-line dotazník a rozhovory) mezi zaměstnavateli, náboráři a uchazeči a provést obsahovou analýzu on-line platform.

Seznam doporučené literatury:

ATHERTON, J. (n.d.). (2022). Strategie sociálních médií: Jak využít sociální média k oslovení, získání a udržení zákazníků. Lingea. ISBN 978-80-7508-715-7  
BUREŠOVÁ JITKA. Online marketing: Od webových stránek k sociálním sítím: Grada, 2022. ISBN 978-80-271-1680-5  
HOLLAND, P. & JESKE, D. (2017). Changing Role of Social Media at Work: Implications for Recruitment and Selection. In Electronic HRM in the Smart Era. ISBN: 978-1-78714-316-6, eISBN: 978-1-78714-315-9.  
IVANOVA, S. V. (2022). Lovuški HR-bremdinga. Kak stat' lučšim rabotodatelem dlya sotrudnikov. Al'pina Pabliher. ISBN 978-5-9614-2141-5.  
JIRÁK, J. KÖPPLOVÁ, B. (2007). Média a společnost. Portal. ISBN 978 80 7367 287 4  
ULRICH, D., YOUNGER, J., BROKBANK, W., ULRICH, M. (2014.) Nová éra řízení lidských zdrojů - ze servisu partnerem: Šest kompetencí pro HR budoucnosti. Grada Publishing ISBN 978-80-247-5090-3

Jméno a pracoviště vedoucí(ho) bakalářské práce:

**PhDr. Lenka Emrová, Ph.D. Masarykův ústav vyšších studií ČVUT v Praze**

Jméno a pracoviště druhé(ho) vedoucí(ho) nebo konzultanta(ky) bakalářské práce:

Datum zadání bakalářské práce: **08.12.2023** Termín odevzdání bakalářské práce: **25.04.2024**

Platnost zadání bakalářské práce: \_\_\_\_\_

PhDr. Lenka Emrová, Ph.D.  
podpis vedoucí(ho) práce

Ing. Dagmar Skokanová, Ph.D.  
podpis vedoucí(ho) ústavu/katedry

prof. PhDr. Vladimíra Dvořáková, CSc.  
podpis děkana(ky)

## III. PŘEVZETÍ ZADÁNÍ

Studentka bere na vědomí, že je povinna vypracovat bakalářskou práci samostatně, bez cizí pomoci, s výjimkou poskytnutých konzultací. Seznam použité literatury, jiných pramenů a jmen konzultantů je třeba uvést v bakalářské práci.

\_\_\_\_\_  
Datum převzetí zadání

\_\_\_\_\_  
Podpis studentky

LUZIK KARINA. *VYUŽITÍ INTERNETU PŘI NÁBORU ZAMĚSTNANCŮ*. Praha: ČVUT 2024. Bakalářská práce.  
České vysoké učení technické v Praze, Masarykův ústav vyšších studií.



**MASARYKŮV ÚSTAV  
VYŠŠÍCH STUDIÍ  
ČVUT V PRAZE**

### Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem svou bakalářskou práci vypracovala samostatně. Dále prohlašuji, že jsem všechny použité zdroje správně a úplně citovala a uvádím je v příloženém seznamu použité literatury.

Nemám závažný důvod proti zpřístupňování této závěrečné práce v souladu se zákonem č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) v platném znění.

V Praze dne 27.04.2024

Podpis:

A handwritten signature in black ink, consisting of a circular loop followed by several vertical and diagonal strokes.

## Poděkování

Děkuji PhDr. Lence Emrové PhD. za odborné vedení práce, věcné připomínky, dobré rady a vstřícnost při konzultacích a vypracovávání bakalářské práce.

## Abstrakt

Tato bakalářská práce zkoumá vliv internetu a sociálních sítí na procesy nábory zaměstnanců s cílem identifikovat a vyhodnotit efektivitu nástrojů a přístupů používaných organizacemi pro nábor a navrhnout zlepšení pro online náborové strategie. V teoretické části se práce věnuje definování základních pojmů a prozkoumání aktuálních trendů v digitálním náboru na různých platformách jako LinkedIn, Facebook, Instagram a X. Praktická část zahrnuje kvantitativní analýzu dat získaných od uchazečů o práci a HR manažerů, umožňující srovnání účinnosti digitálního nábory s tradičními metodami. Výsledky ukazují, že sociální sítě a online platformy rozšiřují dosah zaměstnavatelských značek a zvyšují atraktivitu pracovních nabídek skrze lepší komunikaci, zatímco automatizace a analytické nástroje zvyšují efektivitu náborových procesů přesnějším cílením a rychlejším zpracováním dat. Práce rovněž identifikuje výzvy spojené s ochranou dat a adaptací na technologické změny a formuluje doporučení pro zlepšení online náborových strategií, které by měly organizacím pomoci optimalizovat náborové procesy a efektivně využít moderní technologie. Výsledkem tohoto výzkumu je rovněž doporučení pro manažery, jak mohou přilákat více potenciálních kandidátů.

Klíčová slova: nábor zaměstnanců, internet, digitální nábor, strategie nábory, online inzerce, sociální sítě, LinkedIn, X, Instagram.

## Abstract

This thesis examines the impact of the internet and social networks on employee recruitment processes with the aim of identifying and evaluating the effectiveness of tools and approaches used by organizations for recruitment and proposing improvements for online recruitment strategies. The theoretical part focuses on defining basic concepts and exploring current trends in digital recruitment across various platforms such as LinkedIn, Facebook, Instagram, and X. The practical part includes a quantitative analysis of data obtained from job applicants and HR managers, allowing for a comparison of the effectiveness of digital recruitment with traditional methods. The results show that social networks and online platforms expand the reach of employer brands and increase the attractiveness of job offers through better communication, while automation and analytical tools enhance the efficiency of recruitment processes through more precise targeting and faster data processing. The thesis also identifies challenges related to data protection and adaptation to technological changes, and formulates recommendations for improving online recruitment strategies, which should help organizations optimize their recruitment processes and effectively utilize modern technologies. The outcome of this research also includes recommendations for managers on how to attract more potential candidates.

Keywords: employee recruitment, internet, digital recruitment, recruitment strategies, online advertising, social networks, LinkedIn, X, Instagram.

# OBSAH

ÚVOD .....	9
TEORETICKÁ ČÁST .....	10
1 INTERNET A JEHO VÝZNAM V NÁBORU ZAMĚŠTNANCŮ .....	11
1.1 LIDSKÉ ZDROJE .....	11
1.2 NÁBOR ZAMĚŠTNANCŮ .....	11
1.2.1 Transformace náboru v digitální éře .....	12
1.2.2 Změny v náborových procesech .....	13
1.3 SOCIÁLNÍ SÍTĚ JAKO KLÍČOVÝ NÁSTROJ NÁBORU .....	14
1.3.1 LinkedIn .....	14
1.3.2 Facebook .....	14
1.3.3 Instagram .....	14
1.3.4 X (Twitter) .....	15
1.4 VLIV NA ZAMĚŠTNAVATELE A UCHAZEČE .....	15
1.4.1 Vliv na zaměstnavatele .....	15
1.4.2 Vliv na uchazeče .....	15
2 VÝZVY A VÝHODY INTERNETOVÉHO NÁBORU .....	17
2.1 VÝZVY .....	17
2.1.1 Zaměnitelnost osob .....	17
2.1.2 Riziko vyřazení pasivních kandidátů .....	17
2.1.3 Shoda informací .....	17
2.1.4 Rozptýlení během pracovní doby .....	17
2.1.5 Přehlcení informacemi .....	18
2.1.6 Bezpečnost dat .....	18
2.2 VÝHODY .....	18
2.2.1 Zrychlení náborového procesu a cílení na specifické skupiny .....	18
2.2.2 Okamžitá komunikace .....	19
2.2.3 Rozšíření dosahu .....	19
2.2.4 ROI (návratnost investice) .....	19
2.2.5 Vylepšení značky zaměstnavatele .....	20
3 TRENDY VYUŽÍVÁNÍ INTERNETU .....	21
3.1 MOBILNÍ APLIKACE .....	21
3.2 MOBILNÍ NÁBOR .....	21
3.3 AUTOMATIZACE NÁBOROVÉHO PROCESU .....	21
3.4 VIDEO NÁBOR A VIRTUÁLNÍ POHOVORY .....	22
3.5 AI A STROJOVÉ UČENÍ .....	22
PRAKTICKÁ ČÁST .....	24
4 METODA DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ .....	25
4.1 POPIS METODY .....	25
4.2 CHARAKTERISTIKA RESPONDENTŮ .....	25
4.3 VÝZKUMNÉ OTÁZKY .....	25
4.4 INFORMACE O RESPONDENTECH .....	26
4.4.1 Nejpoužívanější internetové platformy .....	27
4.4.2 Výhody .....	28
4.4.3 Nevýhody .....	29
4.4.4 Četnost použití internetu VS aktualizace strategie náboru .....	30
4.4.5 Rozhodující faktory .....	31
5 NÁVRHY A DOPORUČENÍ .....	33

<b>5.1 STRUKTURA INZERÁTŮ .....</b>	<b>33</b>
<b>5.2 KOMUNIKACE .....</b>	<b>33</b>
<b>5.3 ONLINE PLATFORMY .....</b>	<b>33</b>
<b>5.4 INSTAGRAM .....</b>	<b>34</b>
<b>5.5 AKTUALIZACE PŘÍSTUPU .....</b>	<b>34</b>
<b>ZÁVĚR .....</b>	<b>35</b>
<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY .....</b>	<b>37</b>
<b>SEZNAM GRAFŮ.....</b>	<b>39</b>



# Úvod

Bakalářská práce "Využití internetu pro nábor zaměstnanců" je zaměřená na analýzu procesů naboru zaměstnanců prostřednictvím online platform v dnešní digitální době. Tato práce slouží k hlubšímu porozumění dynamice a proměnám náborových metod vlivem digitalizace, a její dopad na efektivitu, rychlost a rozsah těchto procesů v moderním podnikatelském prostředí.

V současnosti se internet stává stále důležitějším nástrojem v oblasti lidských zdrojů, zvláště v kontextu naboru nových zaměstnanců. Vzhledem k rostoucímu významu sociálních sítí a online platform jako LinkedIn, Indeed a dalších, došlo k zásadním změnám v tom, jak organizace přistupují k naboru. Tato práce zkoumá, jak firmy využívají tyto nástroje pro zefektivnění svých náborových procesů.

Cílem této bakalářské práce je prozkoumat, jaký vliv mají internet a sociální sítě na nábor zaměstnanců, identifikovat nejučinnější online nástroje a strategie, a posoudit, jak tyto prvky ovlivňují celkovou účinnost náborových procesů. Budeme se dále zabývat otázkami adaptace firem na digitální nábor, výzvami, které přináší online nábor, a možnými dopady na právní a etickou rovinu těchto procesů.

Výzkumné otázky, na které tato práce hledá odpovědi, zahrnují:

- Jaké hlavní překážky a výhody čelí organizace při implementaci digitálních náborových strategií?
- Jaké nástroje a platformy jsou v současnosti dostupné pro nábor zaměstnanců a jak jsou tyto nástroje využívány v praxi?
- Které online platformy jsou nejefektivnější pro získávání nových talentů a jak jsou tyto platformy vnímány v odborné literatuře?
- Jaké jsou preferované platformy pro nábor a proč? Jaké rozdíly v přístupech existují mezi uchazeči a zaměstnavateli v oblasti digitálního naboru?

Úvodní část práce definuje základní kontext a cíle výzkumu, která se zaměřuje na využití internetu a sociálních sítí pro nábor zaměstnanců, a uvádí strukturu práce rozdělenou na teoretickou a praktickou část.

V teoretické části je analyzována role internetu a sociálních sítí ve vývoji moderních náborových procesů, přičemž je zvláštní důraz kladen na změny v interakcích mezi zaměstnavateli a uchazeči a na nové trendy jako jsou automatizace a použití umělé inteligence. Rozpracovány jsou klíčové aspekty a výzvy digitalizace naboru.

Praktická část obsahuje kvantitativní analýzu reálných dat získaných od uchazečů a HR manažerů, hodnocení efektivity náborových strategií a diskusi o přijatelnosti a výhodách různých náborových platform.

Závěrečná část shrnuje zjištěné poznatky, nabízí doporučení pro optimalizaci náborových procesů a identifikuje potenciální oblasti pro budoucí výzkum, které by mohly dále zlepšit efektivitu a etiku online naboru. Tato práce poskytuje komplexní pohled na strategické využití internetových technologií v náborové praxi.

# **TEORETICKÁ ČÁST**

# 1 Internet a jeho význam v náboru zaměstnanců

V dnešní době hraje internet zásadní roli v náboru zaměstnanců, přinášejíc s sebou nové výzvy a příležitosti. Vznik a rozvoj internetové sítě otevřel jak uchazečům, tak i personálním agenturám, zcela nové možnosti. Změnil se náš pohled na prostor a čas v personální práci, když pojmy jako lokální a globální ztratily svou tradiční definici. Dnes je slovo "globální" chápáno v kontextu "lokálního", a čas vnímáme jako ohraničený časovými pásmy. Ve své knize Jan Tegze píše, že díky internetu jsme dosažitelní 24 hodin denně, 7 dní v týdnu, což nám umožňuje být online kdykoliv a kdekoliv na světě. První webové stránky zaměřené na kariéru, jako například CareerBuilder, se objevily již v roce 1995, což nám ukazuje, jak dlouhou cestu internetový nábor zaměstnanců již urazil. Dnes je na internetu dostupné mnoho pracovních portálů, kde firmy inzerují volné pracovní pozice, a internet tak výrazně rozšířil prostor pro práci recruiterů. Díky sociálním sítím máme přístup k obrovskému množství informací o kandidátech, což umožňuje vytvoření přesného obrazu o jejich schopnostech a dovednostech. Přesun k náboru zaměstnanců na internet s sebou přinesl rychlost a efektivitu práce s daty, ale tradiční postupy zůstaly zachovány. Internet a sociální sítě nahradily tištěné noviny a inzeráty, a dnes se pracovní nabídky častěji objevují online. S rostoucí dostupností internetu se pracovní portály staly nezbytným nástrojem pro zaměstnávání a nábor pracovníků. Celkově lze říci, že internet a jeho nekonečné možnosti informací vedly k specializaci a vzniku pracovních portálů, které se staly důležitou součástí procesu náboru zaměstnanců. (Tegze, 2019)

## 1.1 Lidské zdroje

Řízení lidských zdrojů, často zkracováno jako HR management, představuje klíčový proces v jakékoli organizaci, který se zaměřuje na efektivní a strategické využití lidského kapitálu. Cílem HR managementu je nejen rekrutace nejlepších talentů do firmy a jejich následný rozvoj, ale také zajištění, aby se zaměstnanci ve firmě cítili motivovaní a spokojení. Toto úsilí podporuje vytváření pracovního prostředí, které umožňuje lidem dosáhnout svých maximálních potenciálů, což přispívá k celkové produktivitě a spokojenosti v organizaci. Pojmy „Řízení lidských zdrojů“ a „lidské zdroje“ dnes nahrazují tradiční termín „personální řízení“, což lépe reflektuje moderní přístupy k managementu zaměstnanců v organizacích. Dle Michaela Armstronga a citace Johna Storeyho, HR management obnáší specifické politiky a praktiky, které jsou pečlivě navrženy a vzájemně propojené podle jasně definované filozofie a ideologie. Tyto politiky zahrnují:

- Unikátní a specifickou konstelaci přesvědčení a předpokladů,
- Strategické impulsy informující rozhodování o řízení lidí,
- Centrální roli liniových manažerů,
- Používání systému pák k formování zaměstnaneckých vztahů. (Armstrong, 2007)

## 1.2 Nábor zaměstnanců

Výběr zaměstnanců je klíčovým prvkem řízení lidských zdrojů, o čemž podrobně píše Jan Urban ve své knize. V procesu plánování specialisté na lidské zdroje definují požadavky na volná místa a vytvářejí profily ideálních kandidátů, včetně potřebných dovedností, vzdělání, pracovních zkušeností a osobních vlastností. Efektivně navržená kritéria výběru umožňují hodnotit uchazeče z hlediska jejich profesionální příslušnosti a kulturní kompatibility s organizací. Pohovory jsou jedním z nejběžnějších metod hodnocení kandidátů, které mohou být strukturované, polostrukturované nebo nestrukturované. Psychometrické testování a hodnotící centra jsou také široce využívány k hlubšímu porozumění kognitivním a emočním charakteristikám kandidátů, což je rovněž podrobně osvětleno v Urbanově práci. Tyto metody pomáhají hodnotit schopnost kandidátů řešit problémy a spolupracovat v týmu. Kromě toho je důležité zohlednit etické a právní aspekty, včetně dodržování zákonů o nediskriminaci a ochraně údajů. Zpětná vazba

kandidátům a stálá analýza účinnosti výběrových metod pomáhají zlepšit proces a učinit jej transparentnějším a spravedlivějším. Pokrok v technologiích výrazně transformoval proces výběru. Software pro sledování uchazečů a systémy založené na umělé inteligenci umožňují automatizovat prvotní odmítání životopisů a předběžné hodnocení uchazečů. To nejen urychluje proces výběru, ale také zvyšuje jeho objektivitu a efektivitu. Internet měl významný vliv na transformaci náborových procesů. Nejenže rozšířil možnosti pro vyhledávání a přitahování talentů z různých částí světa, ale také poskytl platformy pro virtuální pohovory a online testování, což je obzvláště relevantní v době globalizace a práce na dálku. Tato digitální evoluce umožňuje specialistům na lidské zdroje efektivněji přizpůsobovat strategie náboru neustále se měnícímu trhu práce, což otevírá nové horizonty pro rozvoj a optimalizaci náborových procesů, jak je popsáno v Urbanově knize. (Urban, 2013)

## 1.2.1 Transformace náboru v digitální éře

Ekonomika práce se vyvíjela od uzavřeného modelu k otevřenému a flexibilnímu, kde zaměstnanci aktivně hledají atraktivnější příležitosti. Klíčovou otázkou v dialogu mezi zaměstnavateli a talenty je, co jim můžeme nabídnout, což odráží posun zaměření na potřeby pracovníků. V podmínkách se měnícího se trhu práce je zavedení širších a flexibilnějších náborových strategií klíčem ke zvýšení efektivity náboru personálu. Digitální éra přináší masivní rozšíření a využívání digitálních technologií, což zahrnuje vše od všudypřítomného přístupu k internetu přes chytré telefony až po sociální sítě, které nás spojují s lidmi po celém světě. Tato éra proměňuje proces náboru a ukazuje, jak technologie mění tuto oblast. (MHR, 2020)

V roce 2017 Arpit Mishra napsal krátkou historii vývoje náboru zaměstnanců s nástupem internetu v článku s názvem.

Podívejme se na stručnou historii vývoje:

- Na konci 90. let se objevily první internetové stránky pro hledání práce, jako jsou Monster a Indeed, které otevřely éru digitálního hledání volných pracovních míst, poskytující alternativu k tradičnímu procházení inzerátů v novinách.
- 2000 léta byla poznamenána vzestupem sociálních sítí a příchodem LinkedIn, což přidalo nový rozměr síťové interakce do hledání práce, umožňující rekrutérům aktivně vyhledávat a přitahovat kandidáty.
- V roce 2010 začalo být široce využíváno sledování kandidátů (ATS) a řešení založená na umělé inteligenci, což usnadnilo proces správy aplikací a předběžného výběru kandidátů pomocí AI.
- 2020 léta vedla k urychlení přechodu k virtuálním a dálkovým metodám náboru v důsledku pandemie COVID-19, zdůrazňující význam virtuálních pohovorů a adaptace na práci na dálku. To změnilo vnímání pracovního prostoru a učinilo digitální metody náboru klíčovým prvkem nové pracovní reality.

Pokud jde o pracovní trh a společnost jako celek, digitální éra přinesla revoluci. Zvyšuje se konektivita a dostupnost informací, což má obrovský dopad na to, jak hledáme práci nebo jak firmy hledají nové zaměstnance. Dříve bylo běžné hledat volná pracovní místa v novinách nebo se o nich dozvědět od přátel. Dnes však většina z nás spoléhá na internet a sociální sítě pro vyhledávání pracovních příležitostí. (Mishra, 2017)

Elena Šestaková ve svém článku uvádí, že digitalizace vyžaduje od HR specialistů nové znalosti a dovednosti. Musí být schopni využívat nové technologie, analyzovat data, činit klíčová rozhodnutí a hluboce rozumět obchodu a ekonomice. Role HR manažerů se mění: potřebují lépe rozumět digitálním nástrojům, využívat analytiku, vzdělávat zaměstnance podle jejich potřeb, flexibilně organizovat pracovní

čas a implementovat herní prvky do práce. Šestaková poznamenává, že HR manažerům je třeba osvojit si řadu nových dovedností, včetně marketingu pro nábor zaměstnanců, řízení značky, využívání analytických nástrojů a dálkové řízení zaměstnanců. Důležité dovednosti pro HR specialisty zahrnují řešení složitých problémů, kritické myšlení, kreativitu, schopnost generovat nápady, práci v týmu a vysokou úroveň digitální gramotnosti. S rozvojem digitální ekonomiky se systémy řízení lidských zdrojů stávají složitějšími a adaptabilnějšími. Roboti a boti přebírají rutinní úkoly, což umožňuje HR manažerům soustředit se na kreativní úkoly. Digitální technologie zlepšují řízení lidských zdrojů, pomáhají v náboru, vzdělávání zaměstnanců a otevírají přístup ke kvalitnímu vzdělání, vytvářejí nová povolání spojená s digitalizací. (Šestaková, 2022)

## 1.2.2 Změny v náborových procesech

Dříve byly noviny a odborné časopisy hlavním zdrojem informací o pracovních příležitostech, avšak nyní dominují online job portály a profesní sociální sítě. Podle Vasilyeva a kol., technologie změnily proces náboru a vyhledávání práce, zvýšily počet potenciálních kandidátů a zefektivnily výběr. Organizační inovace v souladu s principy Oslovského manuálu (OECD, Eurostat, 2005) se zaměřují na:

- (1) zveřejňování a vyhledávání informací o volných pracovních pozicích a uchazečích a
- (2) komunikace (Vasilyev a kol., 2019)

K úspoře času a finančních prostředků některé firmy preferují využívání personálních agentur a specializovaného softwaru pro cílený marketing. Mezi ně patří:

- Randstad: globální personální agentura s rozsáhlou sítí a službami pro nábor a personální poradenství.
- Adecco: další globální agentura zaměřená na nábor a výběr zaměstnanců, známá pro inovativní přístupy k náboru.
- Manpower: renomovaná agentura se zaměřením na flexibilní zaměstnávání a širokou škálu personálních služeb.
- HubSpot: marketingová platforma poskytující nástroje pro automatizaci marketingu a generování kvalitních potenciálních zákazníků.
- Mailchimp: platforma pro e-mailový marketing s jednoduchým rozhraním a širokými možnostmi pro správu e-mailových kampaní.
- LinkedIn Talent Solutions: poskytuje nástroje pro nábor zaměstnanců prostřednictvím platformy LinkedIn, včetně rozsáhlé databáze profesionálů a cíleného oslovování. (Personal Hofmann, 2021)

Dnes však mohou firmy využívat online platformy pro snadné filtrování kandidátů podle odborných dovedností, zkušeností a vzdělání. Mezi ně patří:

- Indeed: populární platforma pro hledání pracovních příležitostí s možností filtrování inzerátů podle lokality, odvětví a úrovně zkušeností.
- LinkedIn: profesní sociální síť umožňující vytváření a správu profesních profilů, inzerování volných pracovních pozic a filtrování kandidátů podle různých kritérií.
- Glassdoor: platforma zaměřená na pracovní kulturu, recenze firem a platové informace, která umožňuje filtrování pracovních pozic podle různých kritérií.
- AngelList: platforma zaměřená na startupy a technologické společnosti s nástroji pro filtrování pracovních příležitostí podle oblasti a typu zaměstnání.
- ZipRecruiter: platforma pro nábor zaměřená na spojování zaměstnavatelů s potenciálními uchazeči, s nástroji pro filtrování pracovních příležitostí podle různých kritérií. (Workplace roundtable, 2021)

## 1.3 Sociální sítě jako klíčový nástroj náboru

Sociální sítě se v posledních letech staly klíčovým nástrojem náboru ve světě lidských zdrojů. Umožňují firmám efektivně oslovit a angažovat potenciální kandidáty, kteří by jinak mohli zůstat mimo dosah tradičních náborových metod. Využití sociálních sítí v náborovém procesu přináší řadu výhod, ale také specifické výzvy. Sharlyn Lauby ve své knize podrobně popisuje, jak internetové technologie radikálně změnily přístupy k náboru, zvláště prostřednictvím sociálních sítí, a nabízí konkrétní strategie a techniky pro efektivní využití těchto platform k náboru talentů. Lauby navrhuje, že každá náborová strategie by měla začínat s jasnými cíli a výběrem příslušných platform, jako je LinkedIn pro profesionální pozice, Facebook pro široký dosah, a X pro komunikaci v reálném čase. Autorka zdůrazňuje, že sociální sítě nabízí nové možnosti pro interaktivní a personalizovanou komunikaci s kandidáty. Použití videoobsahu k demonstraci výhod společnosti a organizace živých diskuzí a webinářů činí komunikaci atraktivnější a zvyšuje zájem kandidátů. Personalizace komunikace umožňuje navázat úzký kontakt s potenciálními zaměstnanci, což je klíčem k efektivnímu představení společnosti. Lauby také zdůrazňuje důležitost opatření pro sběr a analýzu dat o interakcích (kliknutí, sdílení, komentáře), která pomáhají optimalizovat reklamní kampaně a vylepšit strategie pro přitahování talentů. (Lauby, 2018)

### 1.3.1 LinkedIn

V odborném článku Zakharova je LinkedIn charakterizován jako seriózní a profesionálně orientovaná platforma, která je vyhledávána uživateli zaměřenými na profesní rozvoj, budování obchodních vztahů a hledání nových pracovních příležitostí. Zakharov poznamenává, že LinkedIn slouží primárně pro profesionální účely, včetně shromažďování odborných informací a navazování obchodních kontaktů. Na této platformě dominuje obsah týkající se profesních aspektů života uživatelů, osobní informace jsou zde zastoupeny minimálně. Dle Zakharova více než 90 % personalistů dává přednost LinkedInu při hledání kvalifikovaných kandidátů, což svědčí o vysoké míře profesionalismu a serióznosti uživatelů této sítě. LinkedIn je vnímán jako prestižní sociální síť s orientací na individuální uživatele a firmy, které zde aktivně budují svou profesní reputaci, pravidelně zveřejňují pracovní nabídky a propagují své značky. Na rozdíl od Facebooku, který také umožňuje tvorbu profesionálních skupin, je LinkedIn preferován pro formálnější a serióznější obchodní interakce. Oba portály nabízejí prostor pro vytváření profesních skupin, kde mohou profesionálové vyměňovat informace a sdílet odkazy na relevantní odborné články a materiály, nicméně LinkedIn si udržuje svou pozici jako nejvhodnější platforma pro tyto aktivity. (Zakharov, 2018)

### 1.3.2 Facebook

V odborném podání Spiridonova se rozpracovává vliv předních sociálních sítí, zejména Facebooku a YouTube, na marketing v oblasti lidských zdrojů. Spiridonova uvádí, že tyto platformy jsou stále významnějšími nástroji v procesu hledání a získávání talentů pro podniky, což je důsledkem jejich vysoké uživatelské aktivity a širokého spektra komunikačních možností. Uvádí statistiky, které ilustrují rozsah zapojení uživatelů – například na Facebooku je více než 500 milionů aktivních uživatelů, kteří měsíčně stráví na platformě celkem 700 miliard minut a generují přes 30 miliard obsahových objektů, včetně webových odkazů, aktualit, blogů a fotogalerií. Taktéž zmiňuje, že více než 200 milionů uživatelů přistupuje na Facebook pomocí mobilních zařízení. V kontextu lidských zdrojů poukazuje na případ společnosti Enterprise Rent-a-Car, která začlenila Facebook do svého doporučovacího programu pro nábor nových zaměstnanců, což vedlo k zvýšení počtu doporučení a odpovědí na pracovní nabídky. Spiridonova zdůrazňuje, že jedním z klíčových benefitů této strategie je možnost sledování doporučení až k jejich původu. (Spiridonova, 2013)

### 1.3.3 Instagram

Ve svém výzkumném článku Zakharov prezentuje využití sociálních sítí jako inovativního kanálu pro hledání a nábor zaměstnanců. Specificky se zabývá Instagramem, jenž je platformou zaměřující se

primárně na vizuální obsah, a argumentuje, že jeho hlavní síla spočívá v propagaci obchodních značek skrze sdílení obrázků. Zakharov akcentuje, že ačkoli Instagram sám o sobě není optimální pro přímý nábor, jeho integrace s Facebookem přináší zajímavé synergické efekty. Při umístění reklamních kampaní a pracovních nabídek organizace na Facebooku jsou tyto informace automaticky dostupné široké uživatelské základně Instagramu, což rozšiřuje dosah a efektivitu náborového procesu. Tato integrace mezi platformami tedy otevírá nové možnosti pro firemní náborové strategie a zároveň posiluje přístup k potenciálním kandidátům. (Zakharov, 2018)

### **1.3.4 X (Twitter)**

Taky Zakharov ve své analýze zdůrazňuje stále se rozvíjející roli Xu (nyní X, a dále v textu X) jako efektivního nástroje v procesu náboru zaměstnanců a vyhledávání pracovních příležitostí. Dle jeho zjištění mohou zaměstnavatelé využít X k rychlému a stručnému sdělení o volných pracovních pozicích a instrukcích pro podání žádosti o zaměstnání, což umožňuje okamžitou a širokou distribuci mezi potenciálními kandidáty. Xové síťování dále umožňuje uživatelům sdílet a propagovat pracovní nabídky mezi svými sledujícími, čímž se rozšiřuje dosah náborových kampaní. Vytváření skupin na Xu je přínosné pro organizování obchodních setkání a událostí, což podporuje budování profesionálních vztahů a kolaborativních příležitostí. X se také ukazuje být cenným zdrojem pro sledování profesionálních seminářů a výstav, poskytující uživatelům aktualizovaný harmonogram těchto událostí. Tato multifunkčnost Xu jej činí nejen platformou pro komunikaci, ale také pro rozvoj a udržování profesionálních sítí, jak to přesvědčivě ilustruje Zakharov ve své práci. (Zakharov, 2018)

## **1.4 Vliv na zaměstnavatele a uchazeče**

### **1.4.1 Vliv na zaměstnavatele**

Ve své publikaci Blaha J a kol. zdůrazňují klíčovou roli sociálních sítí jako LinkedIn, Facebook a X v moderním HR managementu pro šíření informací o pracovních pozicích a vyhledávání kandidátů. V kontextu trhu práce s 25% nárůstem volných míst a 20% poklesem odezvy uchazečů, se tyto platformy ukazují jako nezbytné, zvláště pro oslovování pasivních uchazečů – těch, kteří nejsou aktivně v hledání práce, ale jsou otevření atraktivním nabídkám. (Blaha a kol., 2016)

Jan Tegze v knize z roku 2019 potvrzuje význam LinkedInu pro oslovování pasivních kandidátů, s důrazem na to, že na této platformě se každé dvě sekundy registruje nový uživatel, a přestože jen čtvrtina z nich aktivně hledá práci, většina je otevřena změnám. Tegze souhlasí s Blahou, Čopíkovou a Horváthovou v potřebě pečlivého shromažďování informací o kandidátech a promyšlení komunikačních strategií, které jsou zásadní pro přesvědčení a zaujetí kandidátů. (Tegze, 2019)

V článku na Toggl Hire, Julie Masselos se rozebírá, jak digitální éra umožňuje zaměstnavatelům efektivněji cílit na specifické skupiny talentů, čímž zlepšují efektivitu náboru a snižují náklady. Strategie zaměřeného náboru zahrnuje využití digitálních platforem a sociálních sítí pro přilákání ideálních kandidátů, s důležitostí přesného definování požadavků na pracovní místo a profilů kandidátů. Technologické startupy nyní mohou využívat LinkedIn reklamy nebo specializované online komunity a fóra pro cílení na programátory s konkrétními dovednostmi v programovacím jazyce, což značně zvyšuje efektivitu náboru. (Masselos, 2024)

### **1.4.2 Vliv na uchazeče**

V článku z roku 2022 Sadová E. analyzuje nárůst samostatné práce, způsobený rozvojem technologií a pandemií COVID-19, kdy preference této formy práce vzrostly z 5 % na 45 %. Přestože tito pracovníci vykonávají průměrně 24,5 hodiny týdně, bývá zapláceno jen za 18,6 hodin. Sadová dále rozlišuje trh práce na segment vyžadující vysoké dovednosti a technologické znalosti a méně kvalifikovaný segment, kde

příležitosti pro kariérní růst chybí, často kvůli nedostatku vzdělávání a podpory. Podle Sadové se kvalitní práce s sociálními zárukami v rozvinutých zemích stává vzácností, což poukazuje na rostoucí propast mezi pracovníky a zdůrazňuje potřebu rovných příležitostí na trhu práce. (Sadova, 2022)

Změny v hledání a přípravě na zaměstnání začínají již ve škole. V současném Rámcovém vzdělávacím programu (RVP) je oblast Člověk a svět práce na 2. stupni škol povinná pouze jeden z osmi okruhů, což je Svět práce; z ostatních si škola musí vybrat alespoň jeden. S digitálními technologiemi se nyní připravuje úprava očekávaných výstupů RVP u dvou tematických okruhů: povinného okruhu Svět práce a volitelného Využití digitálních technologií. Okruh Svět práce v současném RVP se zaměřuje zejména na kariérové vzdělávání. Žáci by se měli učit poznávat sami sebe a plánovat svůj kariérový rozvoj, prakticky se orientovat v pracovních činnostech, profesích a povoláních, zpracovávat informace o práci a příslušném vzdělávání, a prezentovat své schopnosti, zájmy a úspěchy ve vztahu k trhu práce a vytvářet osobní kariérové portfolio. (Lichtenberková, 2020)

V rámci kariérového vzdělávání jsou k dispozici následující aktivity a příslušné digitální nástroje:

- Sebepoznání – online testy; kariérové portfolio v digitální podobě.
- Sebe prezentace – kariérové portfolio, nástroje pro prezentaci.
- Orientace ve světě práce, volba profesního zaměření a příslušné vzdělávací dráhy – specializované portály a aplikace, elektronické databáze, audiovizuální materiály.
- Plánování – kariérový plán (plán rozvoje) v elektronické podobě.
- Přijímací proces na střední školu – elektronické formuláře.
- Přijímací proces do zaměstnání (nanečisto) – životopis, specializované portály.

Okruh Využití digitálních technologií ve světě práce by se měl více zaměřit na bezpečné využívání digitálních technologií při různých pracovních činnostech a týmových projektech, které mohou být zaměřeny průřezově napříč různými oblastmi. Při realizaci projektů se žáci učí například spolupracovat ve sdíleném pracovním prostředí, s sdílenými dokumenty atd., komunikovat různými formami na dálku a využívat digitální prostředí pro prezentaci výsledků. (RVP.cz, 2015)



## 2 Výzvy a výhody internetového náboru

### 2.1 Výzvy

Ve své knize Blaha. J., Čopíková. A., Horváthova. P., zdůrazňují šest klíčových výzev spojených s vyhledáváním na sociálních sítích. (Blaha a kol., 2016)

#### 2.1.1 Zaměnitelnost osob

Používání sociálních sítí a internetu v oblasti HR přináší specifická rizika, jako je možnost zaměnit uchazeče za jejich jménovce nebo virtuální dvojníky. Profily na sociálních sítích nemusí vždy přesně odpovídat reálným osobám, což může vést k záměně identit a způsobit zmatek při výběru kandidátů. Tato nejistota může snížit efektivitu a spolehlivost náborového procesu a mít nežádoucí důsledky pro organizaci. (Blaha a kol., 2016) S tímto názorem souhlasí i Andy Headworth. Headworth doporučuje provádět důkladnou kontrolu, zahrnující ověření identifikátorů jako jsou data narození, fotografie a předchozí zaměstnavatelé. Dále upozorňuje na význam křížové verifikace informací napříč různými sociálními sítěmi, které kandidát pravděpodobně užívá. Tímto způsobem lze získat komplexnější obraz o uchazeči a jeho pravosti, což výrazně zvyšuje pravděpodobnost správné identifikace a minimalizuje rizika spojená s náborovým procesem. (Headworth, 2015)

#### 2.1.2 Riziko vyřazení pasivních kandidátů

Nevýhody používání sociálních sítí a internetu v oblasti HR zahrnují riziko předčasného vyřazení pasivních kandidátů. Ti, kteří nemají aktuální a podrobný životopis, mohou být považováni za neaktivní uchazeče. Tato praxe může bránit objevení skrytých talentů a omezovat rozmanitost pracovní síly. (Blaha a kol., 2016) S tímto názorem souhlasí i Michael Foster, který zdůrazňuje, že internetové náborové strategie často přehlížejí pasivní kandidáty, tedy ty, kteří nejsou aktivně hledající práci ale mohou být ideálními kandidáty. Foster doporučuje, aby byly strategie pro nábor zaměstnanců otevřené pro všechny a využívaly pokročilé techniky, jako je analýza dat a aktivní navazování kontaktů, pro nalezení a zapojení vhodných kandidátů. Také upozorňuje na význam používání různých zdrojů a kanálů pro nábor, což pomáhá snižovat rizika spojená s nábořem a zvyšuje šance na nalezení ideálních kandidátů. (Michael Foster, 2002)

#### 2.1.3 Shoda informací

Při kontrole uchazečů o práci je klíčové porovnávat informace uvedené v životopisu s těmi na sociálních sítích, aby se ověřila jejich autenticita. Tento proces však může být časově náročný a komplikovaný kvůli potenciálně neaktuálním nebo účelově upraveným informacím na sociálních sítích, které mohou být přizpůsobeny tak, aby vytvořily lepší dojem. Navíc ne všechny informace z těchto sítí jsou relevantní pro danou pracovní pozici, což může zpomalit proces náboru a zvýšit riziko chybného posouzení kandidátů. Efektivní ověřování proto vyžaduje jasné definování relevantních kritérií a možná i použití specializovaných nástrojů pro automatizaci a analýzu dat. Důsledné sledování a vyhodnocování informací z online profilů tak hraje zásadní roli v moderním procesu náboru, přičemž je nutné zároveň respektovat právní normy o ochraně osobních údajů. (Blaha a kol., 2016)

#### 2.1.4 Rozptýlení během pracovní doby

Aktivní uživatelé sociálních sítí obvykle dobře ovládají moderní komunikační nástroje, což může být významným přínosem v dnešním dynamickém pracovním prostředí, kde je efektivní a rychlá komunikace klíčová. Tato dovednost umožňuje uchazečům efektivněji spolupracovat na dálku, rychleji reagovat na změny a efektivně využívat digitální platformy pro profesní rozvoj a networking. Nicméně, tato aktivita s

sebou přináší i určité výzvy, jako je možná nedostatečná schopnost komunikace mimo online prostředí, což může vést k problémům v osobní interakci a týmové spolupráci, kde jsou důležité i mimoverbální aspekty komunikace. Dalším potenciálním problémem je rozptýlení během pracovní doby, kdy zaměstnanci mohou být příliš zaujatí sociálními sítěmi nebo jinými online aktivitami, což snižuje jejich produktivitu. Výzvy spojené s intenzivním užíváním sociálních sítí tedy vyžadují pečlivé zvážení a management, aby byly maximalizovány jejich přínosy a minimalizovány rizika pro pracovní výkonnost. (Blaha a kol., 2016)

### **2.1.5 Přehlcení informacemi**

Při práci s daty ze sociálních sítí je zásadní zachovat obezřetnost, jelikož tyto informace nemusí být plně relevantní a mohou vést k přehlcení nerelevantními údaji, které zastiňují skutečné kvality kandidátů. (Blaha a kol., 2016) Tegze souhlasí se z názorem Blahy, Čopíkové a Horváthové a zdůrazňuje, že online profilům nemůžeme vždy věřit a doporučuje kombinovat digitální screening s osobními pohovory, aby bylo možné lépe posoudit uchazečovy schopnosti a sociální dovednosti, které jsou klíčové pro úspěšné začlenění do týmu. (Tegze, 2019)

Vasilyev, Roshchin a Solntsev ve své studii z roku 2017 také upozorňují na nutnost pečlivého ověřování online informací, které mohou být zkreslené nebo zmanipulované. (Vasilyev a kol., 2019) Podle Tegze je esenciální využívat kombinovaný přístup screeningů a osobních pohovorů k odhalení falešných kandidátů a hackerů, což minimalizuje riziko chyb v náborovém procesu a zvyšuje jeho efektivitu a spolehlivost. (Tegze, 2019)

### **2.1.6 Bezpečnost dat**

Pokud uchazeč veřejně diskutuje o své práci na sociálních sítích, může to představovat bezpečnostní riziko, jelikož udržet soukromí na těchto platformách je obtížné. kromě toho, Firmy shromažďují velké množství dat o kandidátech, která musí být bezpečně uložena a chráněna, což vede k dilematu pro uchazeče o tom, kolik informací o sobě zveřejnit. Při vyplňování online formulářů nebo zasílání životopisů přes internet se často zamýšlí nad přístupem k těmto informacím a jejich ochranou. Sociální sítě jsou stálým zdrojem potenciálních rizik, včetně možnosti vnějších útoků na počítačové sítě společností, které mohou vést ke ztrátě citlivých dat a přerušení IT služeb. Implementace bezpečnostního softwaru pro blokování přístupu k určitým webovým stránkám a zajištění bezpečnosti dat jsou zásadní pro ochranu proti hackerům a úniku informací. Tyto incidenty mohou nastat i přesto, že přesná frekvence a rozsah škod způsobených útoky není plně zdokumentován. V digitálním prostředí, kde jsou úniky dat bohužel běžné, je zajištění spolehlivosti systémů a platform používaných pro nábor nezbytné. (Blaha a kol., 2016)

## **2.2 Výhody**

### **2.2.1 Zrychlení náborového procesu a cílení na specifické skupiny**

Internet výrazně urychluje proces náboru a hledání zaměstnanců, což přispívá k lepší shodě mezi potenciálními zaměstnanci a volnými pozicemi a zvyšuje dostupnost informací o pracovních příležitostech. Vasilyev D. a kol. citují výzkumy Kuhna M. (2008), Stevensona B. (2014); Suvankulova F. (2012), ve kterých se uvádí, že Studie z USA, Německa a Jižní Koreje ukazují, že využití internetu snižuje délku procesu hledání práce o 7–25 %. Rekrutační weby efektivně automatizují proces výběru kandidátů, což výrazně snižuje náklady a umožňuje rychlejší a efektivnější komunikaci mezi zaměstnavateli a uchazeči. To zkracuje čas potřebný k obsazení volných pozic a umožňuje firmám rychleji reagovat a získat přístup k širšímu spektru kvalifikovaných uchazečů. Tyto trendy v náboru podtrhují důležitost digitálních nástrojů při identifikaci talentů a sestavování vyvážených týmů. (Vasilyev D. a kol., 2019)

Proces cíleného náboru zaměstnanců se soustředí na distribuci informací o pracovních místech mezi vybranou cílovou skupinou uchazečů s konkrétními kvalifikacemi, geografickým umístěním nebo specifickými identitami, jako jsou osoby se zdravotním postižením nebo různorodé etnické a genderové skupiny. Jeho hlavními cíli jsou rozvoj specializovaných dovedností, zvýšení kvality uchazečů, dosažení rozmanitosti v pracovní síle a snížení nákladů na nábor. Cílený nábor přináší nejen efektivitu a úspory do procesu náboru, ale také podporuje vytváření rozmanité a inkluzivní firemní kultury. Jeho úspěšnost spočívá v jasně definovaných cílech a využití dat k měření návratnosti investic. Klíčem je precizní zaměření na potřeby hledaných kandidátů a aktivní zapojení uchazečů již od začátku procesu. (BambooHR 2019)

### 2.2.2 Okamžitá komunikace

Rychlý a přímý přístup k informacím umožňuje uchazečům a zaměstnavatelům rychleji a efektivněji komunikovat a vyřešit jakékoliv otázky nebo požadavky týkající se pracovního procesu. Zaměstnavatelé mohou okamžitě informovat kandidáty o stavu jejich přihlášky, pozvat je k pohovoru nebo poskytnout další instrukce, což znamená, že celý náborový proces se může pohybovat mnohem rychlejší rychlostí než kdy předtím. Z pohledu kandidátů to znamená lepší uživatelský zážitek, protože jsou neustále informováni o postupu výběrového řízení, což může zvýšit jejich zájem a angažovanost v procesu. Kromě toho takové nástroje umožňují snadnější organizaci pohovorů a sběr potřebných dokumentů, což zrychluje celý proces náboru a usnadňuje oběma stranám dosáhnout kvalitního výsledku. Podle Vasilyeva D. a kol., internet sehrává klíčovou roli v signifikantním zjednodušení a zlevnění komunikace mezi zaměstnanci, zaměstnavateli a prostředníky – rekrutéry. Moderními komunikačními kanály v procesu náboru jsou:

- e-mail;
- AUDIO A video-konferenční hovory (Skype a další) pro provádění pohovorů;
- služby pro okamžitou výměnu zpráv (messenger) pro operativní komunikaci uchazeče s zaměstnavatelem nebo rekrutérem;
- webové stránky s specializovanými formuláři pro odesílání životopisů;
- elektronické portfolio. (Vasilyev a kol., 2019)

### 2.2.3 Rozšíření dosahu

Jako manažer náboru v technologické firmě hledající developery se specializací na umělou inteligenci, v minulosti byste se spoléhali na širokou síť inzerátů v novinách či na obecných pracovních portálech. Dnes však internet nabízí specializované platformy a sociální sítě, které umožňují cílené oslovení potenciálních kandidátů. LinkedIn, například, umožňuje vytvářet inzeráty s přesnými kritérii, což zajišťuje zobrazení nabídky práce těm nejrelevantnějším zájemcům. Podle Tegze, internet výrazně rozšiřuje možnosti recruiterů, poskytujíc jim obrovské množství dat o kandidátech a umožňujíc publikaci inzerátů na globální úrovni. Tento globální přístup při náboru přes internet otevírá dveře k neomezeným možnostem při hledání nejlepších talentů z celého světa. (Tegze, 2019)

### 2.2.4 ROI (návratnost investice)

Tradiční metody náboru, jako jsou inzeráty v tisku a veletrhy práce, mohou být drahé a nedostatečně účinné. Tegze uvádí, že online inzeráty nabízejí úsporu nákladů a lepší dosažení potenciálních kandidátů. Internetový nábor umožňuje cílený marketing pomocí sociálních médií a online nástrojů, což snižuje náklady a zvyšuje efektivitu náborového procesu. Díky možnosti oslovit přesně definované skupiny kandidátů firma lépe využije své investice do náboru, což přináší úspory a zrychlení procesu. (Tegze, 2019)

Hledání vhodného kandidáta na pracovní pozici může firmu stát nemalé finanční prostředky. Podle obchodního konzultanta Billa Blisse, prezidenta společnosti Bliss & Associates Inc., jsou s náborovým procesem spojeny různé náklady, včetně inzerování volného místa, času interních rekrutérů a asistentů, provádění pohovorů a testů, a další. I zaměstnanec s nižším platem může firmu přijít až o 3500 dolarů za

různé náklady spojené s náborem. Použití efektivních nástrojů, jako je lepší náborový software, může firmě pomoci ušetřit čas a peníze v této fázi. (Mueller, 2022)

## 2.2.5 Vylepšení značky zaměstnavatele

V dnešní digitální době je klíčové, jak se firmy prezentují online nejen zákazníkům, ale i potenciálním zaměstnancům. Daniel Bauer a Jan Tegze vyzdvihují význam efektivního využívání sociálních médií, webových stránek a blogů pro zlepšení image firmy a zvýšení její atraktivity.

Bauer, ve svém článku na Socials.cz, považuje Instagram za mocný nástroj pro prezentaci firemní kultury a budování vztahů s potenciálními kandidáty pomocí vizuálně atraktivního obsahu. Způsob, jakým firma prezentuje svůj každodenní život v kanceláři a na firemních akcích, nejen zlepšuje vnímání značky, ale také přitahuje žádané kandidáty. (Bauer, 2020)

Naopak, Tegze upozorňuje na význam kariérních stránek, které by neměly sloužit pouze jako seznam volných pozic, ale jako robustní platforma pro detailní seznámení s firmou. Podle Tegze je atraktivní design, pravidelné aktualizace obsahu a snadný přístup k informacím klíčový pro udržení pozitivního dojmu o firmě. (Tegze, 2019)

Marr ve své knize zdůrazňuje, že sociální sítě nejen slouží pro propagaci, ale jsou také neocenitelným zdrojem zpětných vazeb od zaměstnanců, které odhalují jejich skutečné názory na firmu. Marr vysvětluje, že sociální sítě umožňují lepší porozumění pocitům zaměstnanců, což je klíčové pro interní rozvoj a zlepšení pracovní atmosféry. (Marr, 2018)

Bauer, Tegze a Marr se shodují na důležitosti adaptace digitálních strategií. Zatímco Bauer se zaměřuje na vizuální aspekty a přímé zapojení kandidátů skrze Instagram (Bauer, 2020), Tegze a Marr poukazují na strategické plánování a komplexní přístup k prezentaci firmy, který zahrnuje efektivní využití dat a sociálních sítí pro zlepšení vnímání firmy a její interní kultury. Jak bylo zmíněno výše, firmy mohou využívat sociální sítě, jako je například Instagram, k zlepšení svého značkování a přilákání nových zaměstnanců. (Tegze, 2019)

Daniel Bauer diskutuje o různých způsobech interakce a přilákání lidí do firmy. Jedním z prvních způsobů je nastavení firemního profilu na Instagramu, který umožňuje nejen sledovat statistiky profilu, ale také propojit firemní stránku na Facebooku s profilem na Instagramu, což může pomoci vytvořit cílenou reklamní cílovou skupinu. Nastavení firemního profilu na Instagramu umožňuje firmě vytvořit přítomnost v této sociální síti a využít ji k propagaci své značky. Firemní profil poskytuje nástroje pro sledování statistiky profilu, což umožňuje analýzu účinnosti obsahu a interakce s publikem. Propojení firemní stránky na Facebooku s profilem na Instagramu umožňuje lepší správu online přítomnosti firmy. Tímto způsobem se vytváří spojení mezi dvěma populárními sociálními platformami a umožňuje využívat data z Facebooku pro cílenou reklamu na Instagramu, což zvyšuje účinnost reklamních kampaní. Je také zdůrazněna důležitost komunikace a interakce s publikem, které není součástí týmu: pořádání kvízů, průzkumů a reakce na komentáře. Tento přístup firmě umožňuje aktivně interagovat s publikem a začlenit je do obsahu. Pořádání kvízů a průzkumů umožňuje přitáhnout pozornost a účast publika, zatímco reakce na komentáře vytváří pocit zapojení a důležitosti pro diváky. Důležitým aspektem je také používání vhodných hashtagů a propagace prostřednictvím mikro-influencerů. Hashtagy hrají klíčovou roli při objevování obsahu ve sociálních sítích, zatímco mikro-influenceré mají malou, ale hodnotnou cílovou skupinu, která je často loajálnější a zapojenější. Reklama prostřednictvím mikro-influencerů může být efektivním způsobem, jak oslovit cílovou skupinu. (Bauer, 2020)

## 3 Trendy využívání internetu

### 3.1 Mobilní aplikace

Média se stala klíčovou platformou pro nábor zaměstnanců, umožňující firmám oslovit pasivní kandidáty a budovat svou značku zaměstnavatele. LinkedIn, Facebook, Telegram, X a Instagram jsou využívány k publikování volných pracovních míst, ale také k prezentaci firemní kultury a hodnot, což přitahuje kandidáty, kteří se s těmito hodnotami ztotožňují. Account Manager ve společnosti Purrweb, Spiridonova uvádí trendové mobilní aplikaci pro hledání zaměstnance. Podle slov autorky, v roce 2022 se do top 3 nejstahovanějších aplikací pro nábor personálu dostaly Indeed, které zaujímá 46 % trhu mobilního nábora v USA, LinkedIn s 37 % a Ziprecruiter s 7%. Další dvě aplikace, které neustupují top 3 v funkcionalitě, jsou

- SHAPR – aplikace pro síťování podobná Tinderu, ale pro profesionální kontakty. Registrace je zdarma
- WORKABLE – náborová aplikace s analytickými nástroji a možností dálkového nábora. Ceny se pohybují od \$129 do \$670. (Spiridonova, 2024)

### 3.2 Mobilní nábor

S rostoucím významem mobilních zařízení v našem životě, zejména při hledání práce, je pro společnosti nezbytné, aby přizpůsobily své webové stránky a stránky s nabídkami práce pro mobilní prohlížení, aby vyhověly rostoucí poptávce po přístupu prostřednictvím mobilních zařízení. Hetler provádí výzkum dat od Statcounter, která ukazují, že k srpnu 2022 přichází 60,67 % internetového provozu z mobilních zařízení. To poukazuje na nutnost, aby firmy adaptovaly svůj digitální obsah pro jednodušší čtení a navigaci na menších obrazovkách, včetně zpřístupnění efektivnějšího způsobu komunikace s možností okamžitého volání. Dále, podle výzkumu od Apptopia, aplikace pro hledání práce jako Indeed, LinkedIn, ZipRecruiter a Glassdoor od března 2022 dosahují nových rekordů v denní aktivitě uživatelů, což zdůrazňuje potřebu zahrnout tyto platformy do strategií mobilního nábora a usnadnit kandidátům proces registrace, nahrávání životopisů a reagování na nabídky práce přímo z jejich mobilních zařízení. Efektivní začlenění těchto aplikací do procesu mobilního nábora nejen zjednodušuje přístup kandidátů k nabídkám práce, ale také podporuje možnost přímého prohlížení těchto nabídek na webových stránkách samotných společností díky odkazům umístěným v inzerátech, což je klíčový prvek v úsilí o přilákání talentů v digitálně orientovaném obchodním světě. (Hetler, 2022)

### 3.3 Automatizace náborového procesu

Automatizace prostřednictvím ATS (systémů pro sledování žadatelů) a dalších nástrojů zjednodušuje náborový proces, zrychluje screening životopisů, automatizuje komunikaci s kandidáty a efektivně spravuje databázi talentů. Tato technologie umožňuje HR týmům věnovat více času hodnocení a interakci s nejuhodnějšími kandidáty. Podle informací od Image & Innovation většina předních korporací používá systémy pro sledování uchazečů, známé jako ATS. Tyto systémy jsou považovány za jeden z klíčových nástrojů v arzenálu náborového softwaru. V roce 2018 byl zaznamenán trend aktualizace ATS mnoha společnostmi, které hledaly efektivnější řešení.

Mezi příklady takových systémů patří:

- BambooHR – Ideální pro malé a střední podniky, poskytuje nástroje pro onboarding, sledování docházky a e-podpisy s přístupem přes mobilní aplikaci.
- GREENHOUSE – strukturovaný přístup k náborovému procesu s nástroji pro strukturované pohovory a zapojením týmu do výběru kandidátů.

- SAP successfactors – široké možnosti pro výběr a rozvoj talentů a strategické plánování pracovní síly v rámci ekosystému pro správu lidských zdrojů od SAP.
- ICIMS – řešení usnadňující správu pracovních pozic, sledování kandidátů a analýzu účinnosti náborových aktivit.
- JOBVITE – integrace ATS a CRM pro přilákání a zapojení kandidátů a budování vztahů s potenciálními zaměstnanci.
- IBM Kenexa BrassRing – Využívá marketingové chování k aktivnímu zapojení talentů s analýzou IBM Watson pro efektivní nábor založený na sociálních médiích.
- SMARTRECRUITERS – intuitivní nástroje pro hledání a přilákání talentů s integrací umělé inteligence.
- Funkční – Holistický náborový nástroj s jednoduchým přístupem k profilům kandidátů, komunikací v týmu a plánováním rozhovorů, dostupný na ploše i v mobilu.
- Oracle Taleo Cloud Service a WORKDAY – multifunkční platformy pro správu lidských zdrojů a automatizaci náborového procesu. (Image & Innovation, 2020)

### 3.4 Video nábor a virtuální pohovory

Používání videa pro prezentaci pracovních pozic, firemní kultury a dokonce i pro realizaci pohovorů na dálku se stává stále běžnějším. Video pohovory, nabízí flexibilní a efektivní alternativu k tradičním osobním setkáním. Zefektivnění procesu a úspory. Už v roce 2015 kolem 63 % manažerů lidských zdrojů používalo online pohovory jako součást náborového procesu, což zdůrazňuje rostoucí význam softwaru pro videopohovory v oblasti rekrutace. Například platforma ConveyIQ umožňuje provádění online pohovorů a zaslání personalizovaných e-mailů nebo textových zpráv kandidátům, přičemž je integrovaná s systémy sledování aplikantů (ATS). To umožňuje automatizovat část náborového procesu, činí ho efektivnějším a více personalizovaným. Wepow se vyznačuje možností provádění mobilních a online pohovorů, nabízí funkce jako je využití firemního stylu zaměstnavatele, podporu více jazyků a nepřetržitou zákaznickou podporu, což činí náborový proces pohodlnějším pro kandidáty a zaměstnavatele z celého světa. Mnoho lidí si myslí, že virtuální video pohovory jsou z hlediska ekonomiky a času efektivnější než tradiční výběrové metody. Ovšem skutečnost může být odlišná. Online pohovory vyžadují stejnou úroveň plánování, personálních zdrojů a časové investice jako osobní setkání. Největším bonusem je vynechání potřeby cestování. Problém nastává, když je možné rozhodnout o vhodnosti kandidáta během prvních minut rozhovoru. Pokud se ukáže, že kandidát není vhodný, nemůžeme pohovor nezdvořile ukončit, což vede k prodloužení času stráveného s někým, o kom už víme, že ho nezaměstnáme. Na druhou stranu, při použití předtočených videí odpadá potřeba koordinace času. Uchazeči si mohou připravit svou prezentaci, kdykoli jim to vyhovuje, a personalisté si videa mohou prohlédnout ve vhodném čase. Pokud personalista zjistí, že kandidát není vhodný, může jednoduše přeskočit na další nahrávku. Předtočená videa umožňují objektivnější porovnání kandidátů tím, že každý odpovídá na stejné otázky a má k dispozici stejný čas na reakci. To zajišťuje rovné podmínky a hodnocení všech kandidátů podle stejných kritérií. Videoklipy je možné opakovaně přehrát a sdílet s dalšími členy výběrového týmu, což přispívá k rozmanitějším a vyváženějším hodnocením. Zavedení kroku s nahráváním videa do procesu přihlašování může odradit méně motivované uchazeče, což přispěje k vytvoření kvalitnějšího seznamu potenciálních kandidátů. Zhlédnutím jejich videa mohou personalisté získat lepší představu o osobnosti uchazečů a klíčových měkkých dovednostech, jako jsou schopnost empatie, přitažlivost a komunikační dovednosti. (HRnews, 2020)

### 3.5 AI a strojové učení

Na stránce Hurma.com v 2019 roce Elena Leonova zveřejnila článek, který popisuje, jaké nástroje mohou ovlivnit a zjednodušit práce HR managerům. Podle její průzkumu více než dvě třetiny vedoucích pracovníků věří, že digitalizace HR procesů a integrace umělé inteligence může výrazně zlepšit efektivitu personálních oddělení. V roce 2019 aplikace pro automatizaci HR zůstávají na špici náborového softwaru.

- Ideal využívá umělou inteligenci k vyhodnocení uchazečů na základě širokého spektra informací, včetně životopisů, hodnocení a výkonnostních dat, a integruje se s existujícími ATS systémy, což eliminuje nutnost osvojení nového softwaru.
- Textio řeší běžný problém v náboru – špatně formulované pracovní nabídky. Systém má schopnost identifikovat vzorce v jazyce, které pomáhají firmám lépe komunikovat s uchazeči a zlepšovat tak obchodní výsledky.
- Zoom.ai nabízí automatizovaného asistenta pro HR úkoly, včetně plánování schůzek, transkripce hovorů a tvorby znalostních databází oddělení. (Leonova, 2019)

Leonová a Tegze se shodují v názoru, že umělá inteligence a strojové učení nabízejí nové možnosti pro zlepšení efektivity náboru tím, že automatizují opakující se úkoly, poskytují doporučení pro rozhodování a pomáhají při identifikaci nejlepších kandidátů na základě komplexní analýzy dat. (Tegze, 2019) Ačkoli umělá inteligence dokáže navrhnout sofistikované algoritmy pro selekci kandidátů, v konečném důsledku jsou to stále lidé, kdo rozhodují o náboru. Někteří uchazeči, kteří možná na papíře dle algoritmických kritérií nevykazovali sto procent potřebných dovedností, si přesto vybojovali příležitost. Toto se nestalo díky perfektnímu klíčovému slovu v jejich životopise, které by zachytila umělá inteligence, ale protože osoba zodpovědná za výběr zaměstnanců v nich viděla potenciál a rozhodla se jim dát šanci. (Leonova, 2019)

# **PRAKTICKÁ ČÁST**



## 4 Metoda dotazníkového šetření

Hlavní účel tohoto výzkumu prozkoumává dopad internetu na procesy nábora zaměstnanců z pohledu HR manažerů a uchazečů o práci. Výzkum se zaměřuje na identifikaci nejčastěji používaných internetových nástrojů, hodnotí jejich efektivitu, a vyhodnocuje přínosy a limitace těchto technologií.

### 4.1 Popis metody

Pro sběr dat jsem provedla dva kvantitativní průzkumy což znamená systematický sběr číselných dat, která lze kvantifikovat a statisticky analyzovat. Tato metoda umožňuje hodnotit názory a chování velkého množství lidí ve standardizované formě. To je zvláště důležité pro objektivní hodnocení účinnosti různých náborových platforem a strategií, stejně jako pro určení rozsahu jejich používání mezi různými demografickými skupinami. Tyto průzkumy byly šířeny prostřednictvím sociálních sítí LinkedIn, Telegram a Instagram, což umožnilo oslovit širokou audience. Respondenti poskytli informace o svých náborových metodách, preferovaných nástrojích a komunikačních kanálech, a také o výzvách spojených s online nábořem. V každé skupině bylo dotázáno 85 respondentů, což zajistilo dostatečnou reprezentativnost pro analýzu trendů a preferencí na trhu práce.

### 4.2 Charakteristika respondentů

Data byla získána z dvou průzkumů: první mezi uchazeči o práci ve věku 18-50 let, kteří hledají zaměstnání online, a druhý mezi HR manažery s minimálně dvouletou praxí v oblasti výběru personálu. Každý průzkum obsahoval 9 otázek, avšak pro analýzu v bakalářské práci byly využity pouze ty, které měly přímý význam pro výzkum. Identifikační otázky zahrnovaly pohlaví a věk uchazečů a odvětví činnosti u HR manažerů, což umožnilo provést srovnávací analýzu mezi těmito skupinami.

### 4.3 Výzkumné otázky

Výzkumné otázky, na které odpovídá tento průzkum:

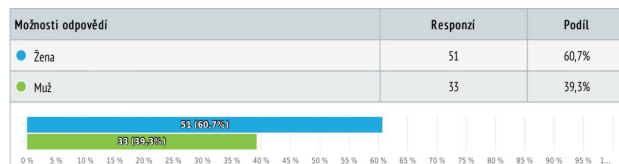
- Jaké hlavní překážky a výhody čelí organizace při implementaci digitálních náborových strategií?
- Jaké nástroje a platformy jsou využívány v praxi?
- Jaké jsou preferované platformy pro nábor a proč?
- Jaké rozdíly v přístupech existují mezi uchazeči a zaměstnavateli v oblasti digitálního náboru?

## 4.4 Informace o respondentech

### 4.4.1 Respondenti

#### 1 -Váše pohlaví

Výběr z možností, zodpovězeno 84 x, nezdopovězeno 1 x

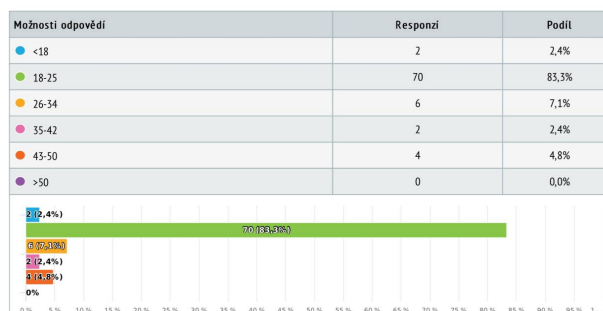


Graf 1: Pohlaví

Zdroj: Vlastní zpracování

#### 2 -Kolik je Vám let?

Výběr z možností, zodpovězeno 84 x, nezdopovězeno 1 x



Graf 3: Věk

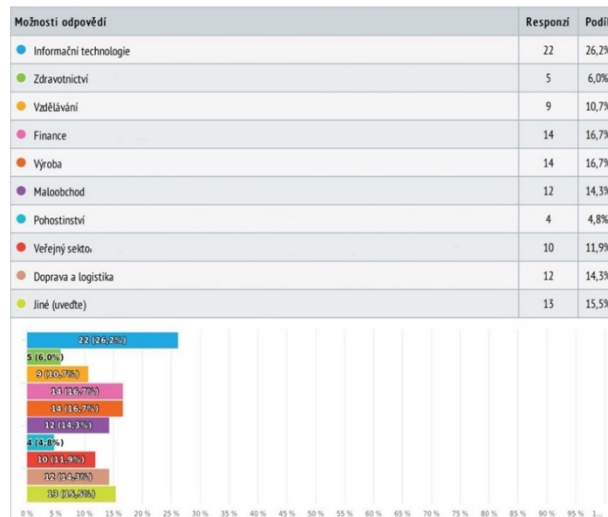
Zdroj: Vlastní zpracování

Mezi dotázanými uchazeči o zaměstnání tvořily ženy 60 % a 83,3 % bylo ve věkové kategorii od 18 do 25 let, což zdůrazňuje významnou přítomnost mladých žen na trhu práce, a to může hrát důležitou roli při formování marketingových strategií zaměstnavatelů.

Mezi HR manažery získala největší popularitu oblast IT (26,2 %), což není překvapující ve světě, kde digitalizace se stává klíčovým faktorem v mnoha odvětvích. Rovněž je třeba poznamenat, že významnou část respondentů tvořili specialisté z finančního a výrobního sektoru (16,7 %), co svědčí o rostoucí potřebě firem po kvalifikovaných odbornících, schopných zajišťovat efektivní fungování a rozvoj v rychle se měnícím technologickém a obchodním prostředí.

#### 1 -Ve kterém odvětví pracujete nebo jste pracovali?

Výběr z možností, více možných, zodpovězeno 84 x, nezdopovězeno 1 x



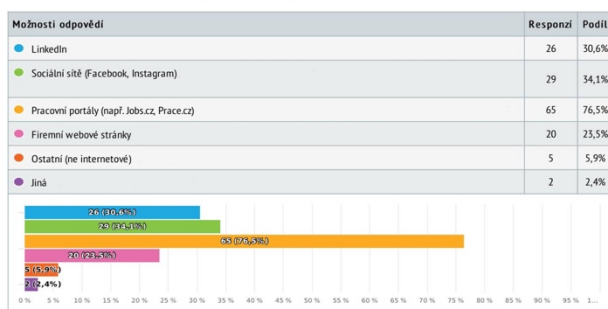
Graf 2: Odvětví

Zdroj: Vlastní zpracování

## 4.4.1 Nejpoužívanější internetové platformy

3 Které internetové platformy nejčastěji využíváte při hledání nových pracovních příležitostí?

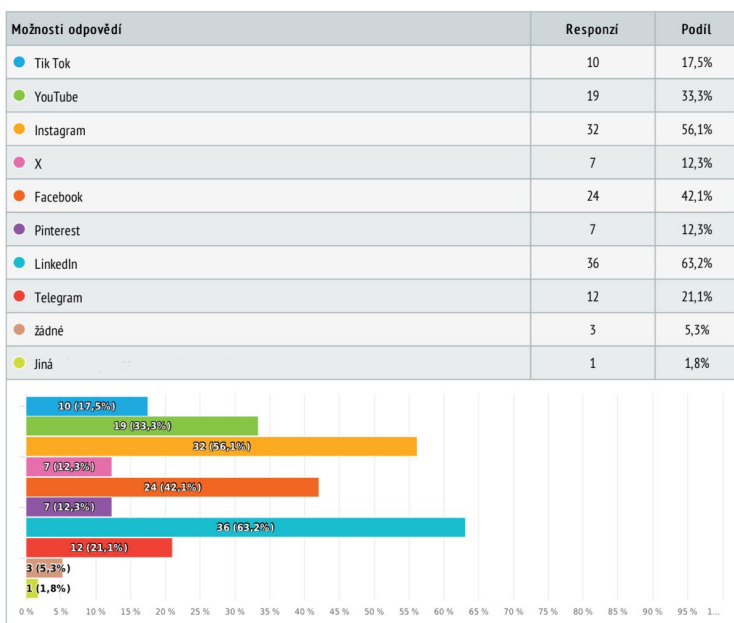
Výběr z možností, více možných, zodpovězeno 85 x, nezdopovězeno 0 x



Graf 4: Internetové platformy pro hledání práce  
Zdroj: Vlastní zpracování

3 Jaké sociální sítě používá vaše firma k komunikaci a propagaci?

Výběr z možností, více možných, zodpovězeno 57 x, nezdopovězeno 28 x



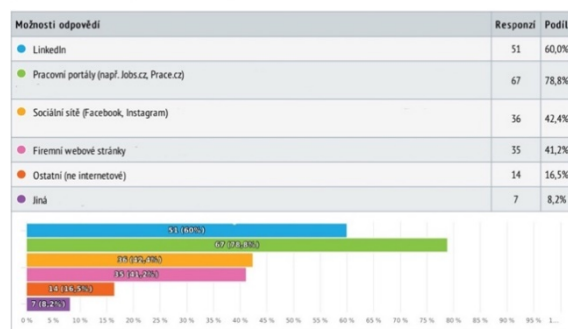
Graf 6: Sociální sítě  
Zdroj: Vlastní zpracování

Ve studii o využívání platform pro hledání práce vedou pracovní portály mezi preferencemi jak uchazečů, tak manažerů. Nicméně je zajímavý kontrast v užívání LinkedIn, který se umístil na druhém místě mezi preferencemi manažerů při hledání nových zaměstnanců a na prvním místě v otázkách týkajících se rozvoje a marketingu firem. Vedoucí postavení LinkedInu s podílem 63,2 % svědčí o širokém přijetí jeho důležitosti v oblasti nábory, ale mezi uchazeči o práci naopak LinkedIn není tak populární jako Facebook nebo Instagram, které jsou často využívány pro neformální komunikaci a sociální interakce. Tento rozdíl v preferencích ukazuje, že i když pracovní portály a LinkedIn jsou hlavními nástroji pro manažery, uchazeči často upřednostňují širší a běžně dostupné sociální sítě.

Proto by firmy neměly omezovat své aktivity pouze na tradiční pracovní portály a LinkedIn pro nábor personálu a rozvoj podnikání. Je důležité být aktivní také na populárních sociálních sítích, jako jsou

2 Jaké internetové platformy nejčastěji využíváte pro nábor nových zaměstnanců?

Výběr z možností, více možných, zodpovězeno 85 x, nezdopovězeno 0 x



Graf 5: Internetové platformy pro nábor  
Zdroj: Vlastní zpracování

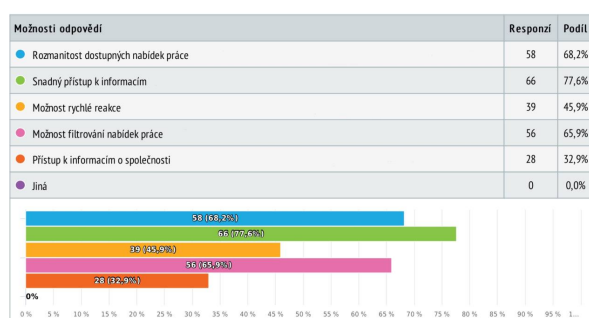
Facebook, který umožňuje šíření pracovních inzerátů do mnoha skupin, které se dále mohou dělit na různé podskupiny. Například skupiny pro Ukrajince, brigády, samostatné skupiny pro HR manažery (například "HRdinky") nebo pro jiné oblasti, nebo Instagram, který může sloužit jako efektivní platforma pro přitahování pozornosti potenciálních kandidátů a interakci s nimi, umožňuje uživatelům nejen sdílet videa a fotografie, ale také zveřejňovat pracovní inzeráty jak v profilu, tak ve stories. Kromě toho je možné provádět cílenou reklamu, která přiláká pouze ty, jimž je daná informace skutečně zajímavá.

Nyní se podíváme na výhody a nevýhody internetu.

## 4.4.2 Výhody

6 - Jaké výhody vidíte v hledání práce přes internet?

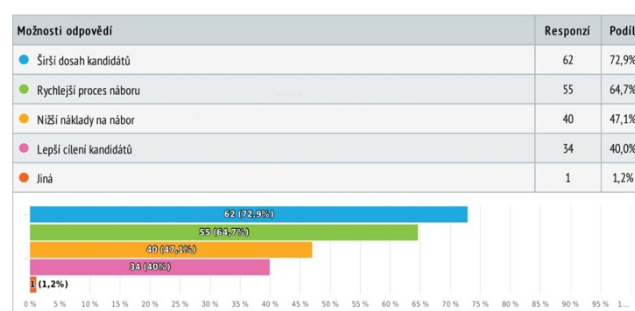
Výběr z možností, více možných, zodpovězeno 85 x, nezdopovězeno 0 x



Graf 7: Výhody hledání práce přes internet  
Zdroj: Vlastní zpracování

6 Jaké jsou podle vašich zkušeností hlavní výhody internetového náboru?

Výběr z možností, více možných, zodpovězeno 85 x, nezdopovězeno 0 x



Graf 8: Výhody internetového náboru  
Zdroj: Vlastní zpracování

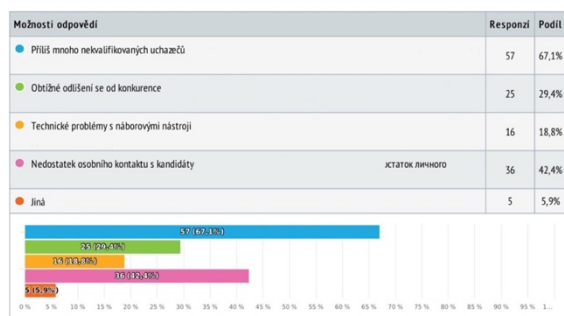
Analýza odpovědí dvou skupin respondentů – manažerů pro nábor zaměstnanců a uchazečů o práci – umožňuje odhalit významné vztahy a vzájemný vliv, který mohou tyto skupiny mít jeden na druhého prostřednictvím používání internetových platform pro hledání práce a nábor zaměstnanců.

Manažeři oceňují internet za možnost přitahovat talenty z různých regionů, což rozšiřuje pool kandidátů a podporuje vytváření rozmanitých týmů. Toto se synchronizuje s potřebami uchazečů, kteří také těží z přístupu k širokému spektru nabídek práce, což jim umožňuje zvažovat pozice v různých městech a zemích, čímž zvyšují své šance na nalezení vhodné pozice. Navíc manažeři zdůrazňují zrychlení náborových procesů díky efektivitě online platform, což je důležité i pro uchazeče, kteří hledají rychlý přístup k informacím o práci a preferují platformy, kde mohou rychle reagovat na nabídky. Tato synergie urychluje proces náboru, činí ho efektivnějším jak pro zaměstnavatele, tak pro kandidáty. Také pro společnosti umožňuje používání internetových platform snížit náklady na nábor zaměstnanců, což je zvláště důležité v podmínkách vysoké konkurence a snahy o optimalizaci rozpočtu. Uchazeči naopak těží z bezplatného přístupu k těmto zdrojům, což činí hledání práce méně nákladným a dostupnějším pro širokou veřejnost. Takto obě skupiny vzájemně posilují pozitivní aspekty používání internetu pro nábor a hledání práce, přitahují více kvalifikovaných kandidátů na platformy, což dále zvyšuje jejich hodnotu pro zaměstnavatele, vytvářející pozitivní zpětnou vazbu.

### 4.4.3 Nevýhody

7 S jakými hlavními výzvami nebo překážkami jste se setkali při využívání internetu pro nábor zaměstnanců?

Výběr z možností, více možných...zodpovězeno 85 x, neozpovězeno 0 x



Graf 9 Výzvy a překážky pro managery  
Zdroj: Vlastní zpracování

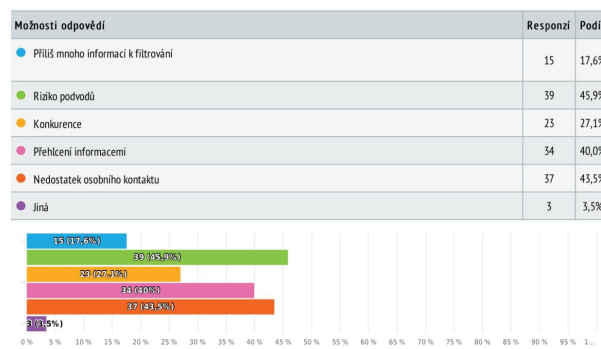
Analýza odpovědí manažerů pro nábor a uchazečů o práci umožňuje identifikovat klíčové aspekty jejich vzájemného vztahu, které mohou významně ovlivnit jeden druhého v kontextu hledání práce přes internet. Na jedné straně se manažeři potýkají s problémem vysokého počtu nequalifikovaných kandidátů, což vyžaduje pečlivější přístup k výběru a hodnocení životopisů. Tento problém zdůrazňuje význam efektivního filtrování a hodnocení kandidátů ještě před skutečným zaměstnáním, což představuje riziko pro firmy. Na druhé straně, jak uvádějí manažeři, nedostatek osobního kontaktu s kandidáty komplikuje hodnocení jejich shody s firemní kulturou. Uchazeči rovněž poukazují na problémy spojené s omezeným osobním kontaktem, což ztěžuje plnohodnotnou interakci s potenciálními zaměstnavateli a může snižovat důvěru v proces online náboru kvůli riziku podvodných schémat. Tímto způsobem obě skupiny čelí podobným obtížím v komunikaci, což zdůrazňuje potřebu vytvoření spolehlivějších a transparentnějších komunikačních kanálů mezi zaměstnavateli a uchazeči.

Zajímavé je, že obě skupiny zdůrazňují potřebu zlepšení kvality informací: manažeři pro efektivní hodnocení kandidátů a uchazeči pro správné pochopení pracovních nabídek a podmínek. Problém informačního přetížení, který uchazeči zmínili, rovněž vyžaduje pozornost, protože nadbytek dat může komplikovat hledání relevantních pozic a rozhodování.

Takto problémy a požadavky obou skupin zdůrazňují význam adaptace online náborových procesů za účelem vytváření pohodlnějších, bezpečnějších a vzájemně výhodných podmínek pro všechny účastníky. Zlepšení kvality interakce a informací může pomoci překonat nedostatky a zvýšit efektivitu náborového procesu, čímž se stane atraktivnějším a důvěryhodnějším jak pro zaměstnavatele, tak pro uchazeče.

7 -Jaké nevýhody vidíte v hledání práce přes internet?

Výběr z možností, více možných...zodpovězeno 85 x, neozpovězeno 0 x

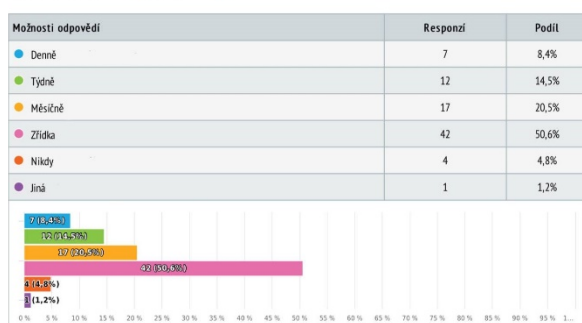


Graf 10: Nevýhody pro uchazeči  
Zdroj: Vlastní zpracování

## 4.4.4 Četnost použití internetu VS aktualizace strategie náboru

8 - Jak často používáte sociální sítě pro networking nebo hledání pracovních příležitostí?

Výběr z možností, zodpovězeno 83 x, nezapovězeno 2 x

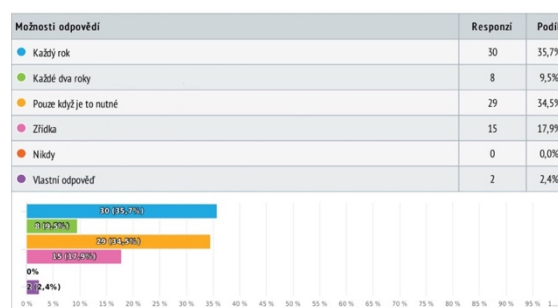


Graf 11: Četnost použití

Zdroj: Vlastní zpracování

9 - Jak často aktualizujete strategie náboru, aby odrážely nejnovější trendy a technologie?

Výběr z možností, zodpovězeno 84 x, nezapovězeno 1 x



Graf 12: Aktualizace strategie náboru

Zdroj: Vlastní zpracování

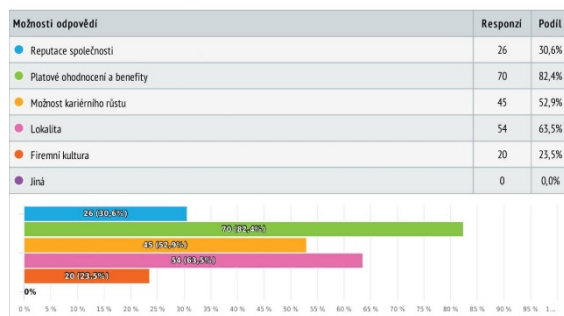
Analýza odpovědí účastníků průzkumu o používání internetu pro hledání práce odhaluje zajímavé aspekty vzájemného vztahu mezi chováním uchazečů a strategiemi HR manažerů. Na jedné straně většina uchazečů (50,6 %) zřídka využívá sociální sítě pro hledání práce, což může ukazovat na jejich nedůvěru k těmto platformám nebo nedostatečné pochopení možností, které sociální sítě nabízejí v procesu náboru. Toto nedůvěru nebo nepochopení ze strany uchazečů zdůrazňuje potřebu vzdělávacích a informačních kampaní, které by zvýšily povědomí o tom, jak efektivně využívat sociální sítě pro hledání práce a vytváření profesionálního image. Na druhé straně téměř třetina HR manažerů (35,7 %) pravidelně aktualizuje své náborové strategie každý rok, aby odpovídaly aktuálním trendům a technologickým inovacím. To ukazuje jejich snahu přizpůsobit se měnícím se podmínkám na trhu práce a technologickému pokroku. Tato pravidelná aktualizace strategií umožňuje organizacím efektivněji reagovat na potřeby trhu a preference potenciálních zaměstnanců, což může hrát klíčovou roli při úspěšném přitahování talentů.

HR manažeři mohou ovlivňovat chování a volbu uchazečů prostřednictvím efektivního využití sociálních sítí a dalších internetových platforem, zatímco uchazeči naopak vyžadují aktivnější a informovanější snahy ze strany společností ohledně informování o možnostech kariérního růstu. Pokud HR manažeři dokáží přizpůsobit své strategie tak, aby zohledňovaly preference a chování uchazečů, může to významně zvýšit efektivitu náboru, vytvářet příznivé podmínky pro přitahování a udržení kvalifikovaných pracovníků a také přispět k zvýšení důvěry k internetovým platformám pro hledání práce.

## 4.4.5 Rozhodující faktory

9 -Jaké faktory jsou pro vás rozhodující při výběru pracovní nabídky zveřejněné na internetu?

Výběr z možností, více možných, zodpovězeno 85 x, nezdopovězeno 0 x



Graf 14: Rozhodující faktory

Zdroj: Vlastní zpracování

Analýza odpovědí uchazečů o práci na význam různých faktorů při výběru práce zdůrazňuje klíčové aspekty, které mohou významně ovlivnit náborové strategie zaměstnavatelů. Transparentnost ohledně mzdy a benefitů je rozhodujícím faktorem pro většinu uchazečů (82,4 %), což ukazuje na nutnost pro zaměstnavatele uvádět informace o platových podmínkách a výhodách přímo v inzerátu na volné místo, nikoli odkládat tuto informaci až na osobní setkání. Takový přístup nejen přitahuje více kvalifikovaných kandidátů, ale také šetří čas jak zaměstnavatelům, tak uchazečům o práci.

Lokalita také hraje významnou roli (64,7 % uchazečů zdůraznilo její význam), což poukazuje na to, že dlouhé cesty mohou být překážkou pro mnohé kandidáty. V tomto kontextu je důležité, aby zaměstnavatelé brali v úvahu možnost práce na dálku, což nejen zvyšuje atraktivitu nabídky, ale také přispívá k spokojenosti a produktivitě zaměstnanců.

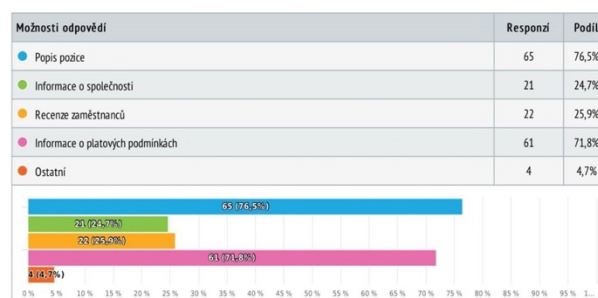
Možnost kariérního růstu je třetím nejvýznamnějším faktorem (52,9 %), což naznačuje, že mnozí uchazeči oceňují perspektivy rozvoje a profesního růstu uvnitř společnosti. Tento faktor naznačuje, že zaměstnavatelé by měli ve svých inzerátech na pracovní pozice zdůrazňovat nejen současné pracovní podmínky, ale také možnosti dalšího rozvoje uvnitř organizace.

Studie také ukazuje, že popis pozice a informace o mzdě vyvolávají největší zájem mezi uchazeči (76,5 % a 71,8 %), což zdůrazňuje význam poskytování úplných a přesných informací o nabízených pracovních místech. Detailní popis povinností umožňuje kandidátům posoudit, do jaké míry jejich dovednosti a zkušenosti odpovídají požadavkům na pracovní pozici, což jim umožňuje učinit lépe podložené rozhodnutí o podání žádosti.

Takto porozumění preferencím uchazečů umožňuje zaměstnavatelům efektivněji formovat své náborové strategie, kladouc důraz na klíčové aspekty, které jsou pro potenciální kandidáty nejdůležitější. To zahrnuje nejen konkurenceschopné odměny a výhodnou lokalitu, ale také jasné perspektivy pro profesionální růst a detailní a transparentní popis nabízené pozice. Tyto opatření pomáhají přitáhnout nejlepší kandidáty a minimalizovat čas a zdroje vynaložené na náborový proces.

4 -Jaký typ obsahu nebo informací vás nejvíce oslovuje v online pracovních inzerátech?

Výběr z možností, více možných, zodpovězeno 85 x, nezdopovězeno 0 x



Graf 13: Typ obsahu nebo informace

Zdroj: Vlastní zpracování

## 4.5 Výsledky výzkumu

Při realizaci digitálních strategií nábory zaměstnanců se organizace setkávají s řadou překážek a výhod. Hlavními problémy jsou vysoký počet nekvalifikovaných kandidátů a nedostatek osobního kontaktu, což komplikuje hodnocení, jak dobře kandidáti odpovídají firemní kultuře. To vyžaduje pečlivější přístup k filtrování a hodnocení životopisů před zaměstnáním, představuje rizika pro firmy a snižuje důvěru v online náborový proces kvůli možnosti podvodů. Na druhé straně digitální nábor umožňuje přitahovat talenty z různých regionů, rozšiřuje kandidátský pool a podporuje vytváření rozmanitých týmů. Taktéž urychluje nábor, činí jej efektivnějším a snižuje náklady díky využití online platform, což zpřístupňuje proces široké veřejnosti. Výhody a problémy spojené s digitálním nábořem zdůrazňují nutnost adaptace strategií za účelem zlepšení kvality interakce mezi zaměstnavateli a kandidáty a zvýšení efektivity procesu.

V praxi se široce využívají různé náborové platformy a nástroje. Mezi nejpoužívanější patří pracovní portály jako Práce.cz, které nabízí pokročilé funkce pro správu kandidátů a vyhledávání zaměstnání. Kromě profesionálních sítí jako LinkedIn často jsou využívány také sociální sítě jako Facebook a Instagram, které umožňují zaměstnavatelům prezentovat firemní kulturu a publikovat nabídky práce v méně formálním prostředí.

Preferované platformy pro nábor se liší mezi manažery a uchazeči. Manažeři upřednostňují LinkedIn pro jeho schopnost cíleného vyhledávání a hodnocení profesionálních kandidátů, což je klíčové pro zajištění kvality nových zaměstnanců. Na druhé straně, uchazeči často preferují Facebook a Instagram pro jejich přístupnost a neformální charakter, což usnadňuje rychlou a snadnou komunikaci s potenciálními zaměstnavateli. Tato platformy nabízí také možnost sdílet pracovní nabídky v rámci různých skupin a komunit, což rozšiřuje dosah a viditelnost inzerátů.



# 5 Návrhy a doporučení

## 5.1 Struktura inzerátů

Při optimalizaci inzerátů o volných pracovních místech je důležité si uvědomit, že hlavním zdrojem zájmu v inzerátu je popis pozice a poté - plat. Čím podrobněji a transparentněji tyto údaje představíte, tím větší je pravděpodobnost, že zaujmete zájem uchazečů. Chtějí vědět, jaké povinnosti budou muset plnit a jaký plat mohou očekávat. Proto se snažte poskytnout co nejúplnější představu o pracovním místě. Proto se doporučuje věnovat zvláštní pozornost právě těmto aspektům při sestavování inzerátů. Namísto toho, aby začínat inzerát o práci koloritním popisem firmy, je důležité okamžitě přejít k popisu pozice a podmínek zaměstnání. Potenciální uchazeči jsou totiž zajímáni o to, jakou práci jim nabízíte a kolik za ni dostanou. V ideálním případě je doporučeno zanechat odkaz na sociální sítě nebo webovou stránku společnosti, kde si uchazeč bude moci podrobněji prostudovat nabízené podmínky a dozvědět se více o zaměstnavateli. Kromě toho nezapomeňte zdůraznit možnosti kariérního růstu v inzerátech o volných pracovních místech, protože mnozí kandidáti ocení vyhlídky na rozvoj a profesní růst ve společnosti. Ukázka toho, jaké možnosti se zaměstnancům otevírají na cestě k úspěchu, může být klíčovým momentem, který přiměje kandidáty k zvážení vaší nabídky.

## 5.2 Komunikace

Zajištění snadného přístupu a pohodlné komunikace s vaší společností pro potenciální kandidáty má klíčový význam. Vzhledem k různorodosti preferencí lidí někteří raději vyhýbají telefonním hovorům a místo toho budou s větší ochotou odpovídat na e-maily, zejména pokud společnost nabízí možnost práce na dálku. Možnost online zpětné vazby se stává stále cennější během procesu hledání práce. Proto zajistěte snadný přístup k kontaktním informacím, aby mohli kandidáti snadno kontaktovat vás a nabídněte budoucím zaměstnancům více možností, jak s vámi komunikovat. Čím jednodušší a pohodlnější to bude pro ně, tím vyšší je pravděpodobnost úspěšného přilákání vysoce kvalifikovaných odborníků. Kromě toho můžete také zvážit propojení s vašimi sociálními sítěmi, jako je LinkedIn, Instagram nebo Facebook, což umožní kandidátům snadněji najít a kontaktovat vaši společnost. Toto také umožní firmám zlepšit svou viditelnost a angažovanost na sociálních sítích a zvýšit tak svou aktivitu a dosah.

## 5.3 Online platformy

Při využívání online platform pro hledání zaměstnanců je nezbytné efektivně využít možnosti těchto zdrojů k přitahování pozornosti kandidátů. Formulujte popisy pracovních pozic tak, aby přesně odrážely specifické požadavky a výhody práce ve vaší společnosti, včetně klíčových slov, která jsou často používána potenciálními kandidáty v jejich vyhledávacích dotazech. To zvýší SEO optimalizaci vašich inzerátů a jejich viditelnost ve vyhledávacích.

Vzhledem k výše uvedenému je důležité věnovat zvláštní pozornost výběru platform s velkým publikem a dobrou reputací ve vašem odvětví, což výrazně zvýší šance na přilákání kvalifikovaných kandidátů. S ohledem na předchozí tezi byste měli aktivně využívat analytické nástroje, které platformy nabízejí, k monitorování účinnosti umístěných inzerátů a strategií nábory personálu. To pomůže přizpůsobit přístupy a optimalizovat procesy nábory zaměstnanců v závislosti na aktuálních trendech a chování kandidátů.

Stojí také za zmínku, že optimalizace titulků, popisů a klíčových slov vašich inzerátů podpoří lepší indexaci vyhledávači, což následně zlepší viditelnost volných míst a přiláká více potenciálních kandidátů. Využitím všech těchto metod komplexně značně zvýšíte efektivitu online hledání kandidátů, a také posílíte svou značku zaměstnavatele na trhu.

## 5.4 Instagram

Pro HR-managery, kteří uvažují o využití Instagramu pro propagaci své společnosti, existuje několik klíčových doporučení. Za prvé, vytvoření firemního profilu na Instagramu umožní získat rozšířenou statistiku o příspěvcích a Instastories, což umožňuje efektivnější sledování výsledků a optimalizaci marketingových kroků. Navíc, propojení firemní stránky na Facebooku s profilem na Instagramu rozšíří vaše publikum a zvýší kvalitu zpracování dat.

Důležitým aspektem využití Instagramu je rozmanitost typů obsahu. HR-manageři mohou tvořit nejen prodejní příspěvky, ale také vzdělávací a zábavné materiály. Například využití Instagramu pro jazykovou školu může výrazně zvýšit počet nových studentů. Pravidelné publikace s krátkými shrnutími gramatických pravidel a provádění malých kvízů stimulují pozornost a zapojení publika. Doporučuje se také udržovat interaktivní komunikaci, provádět propagační akce a nabízet speciální nabídky pro předplatitele, čímž se zvyšuje atraktivita profilu a přitahuje nové studenty.

Spolupráce s mikroinfluencery může být také účinným prostředkem propagace. Mikroinfluenceri obvykle mají více oddaných fanoušků a lepší interakci s publikem. Navíc jsou obvykle levnější a mohou poskytnout přístup k ohni prostřednictvím doporučení a reklam. Hashtagy hrají klíčovou roli v propagaci obsahu na Instagramu. Vyberte hashtagy v závislosti na vašem majetku a okolním prostředí a nepřehánějte jejich používání. Prozkoumejte relevantní hashtagy a zvažte možnost vytvoření vlastních, které budou použity pro všechny vaše příspěvky.

A konečně, Instagram Stories jsou efektivním způsobem, jak sdílet okamžité aktualizace a zaujmout publikum. Zvažte možnosti umístění vašich příběhů a zajistěte jejich rozmanitost a zajímavý obsah. Je také důležité neustále oslovovat publikum a pravidelně obnovovat obsah, aby byl udržen zájem o váš profil.

## 5.5 Aktualizace přístupu

Na základě výše uvedeného spočívá klíč k úspěšné strategii nábory v pravidelném aktualizování přístupů v souladu s aktuálními trendy a dynamikou trhu práce. Pro tento účel je nezbytné, aby manažeři HR systematicky analyzovali žádané kompetence a preference uchazečů za použití moderních analytických nástrojů, jako je analýza velkých dat a strojové učení, které pomáhají přesně určit potřebné dovednosti a vylepšovat kritéria výběru. Tyto metody umožňují rychle reagovat na změny na trhu a efektivně přitahovat kandidáty, kteří nejvíce odpovídají potřebám společnosti.

Kromě technických nástrojů je důležité zlepšit podmínky pro přitažení kandidátů, včetně konkurenceschopných platů, možností pro kariérní a osobní růst. Vytvoření atraktivního a stimulujícího pracovního prostředí také hraje klíčovou roli v udržení zájmu potenciálních zaměstnanců. Tyto prvky pomohou nejen přilákat, ale i udržet talentované specialisty, což přispěje k dlouhodobému úspěchu společnosti. Takže komplexní kombinace analytických technologií a silné firemní kultury umožní nejen přitahovat kvalifikované specialisty, ale i zajistit jejich touhu přispívat k rozvoji organizace. To bude zárukou úspěšného rozvoje společnosti do budoucna.

# Závěr

V současné době se organizace setkávají s řadou překážek při implementaci digitálních náborových strategií, které zahrnují nedostatky v technologické infrastruktuře, nedostatek digitálních dovedností u zaměstnanců, problémy s ochranou osobních údajů a intenzivní konkurenci na trhu práce. Přestože internet nabízí mnoho výhod pro hledání práce, efektivní využívání sociálních sítí zůstává výzvou, která vyžaduje další školení a informační kampaně pro zlepšení dovedností uchazečů i zaměstnavatelů v digitálním prostředí.

Společnosti aktivně využívají sociální sítě jako LinkedIn, Facebook, Instagram a X pro publikaci volných míst a prezentaci firemní kultury, což jim umožňuje lákat kandidáty, kteří sdílejí hodnoty společnosti a chtějí být její součástí. Kromě těchto platform jsou široce využívány i specializované náborové platformy jako Indeed, Glassdoor a CareerBuilder, které poskytují efektivní nástroje pro screening životopisů a správu náborových procesů. Systémy pro správu kandidátů (ATS) a systémy pro správu vztahů s klienty (CRM), jako je iCIMS, Jobvite a Lever, hrají klíčovou roli v optimalizaci náboru a zlepšování interakce s kandidáty.

Podrobná analýza odborné literatury ukazuje, že LinkedIn, Indeed, Glassdoor, AngelList a ZipRecruiter jsou neefektivnější pro nábor. Tyto platformy nejen urychlují proces náboru, ale také zvyšují kvalitu výběru kandidátů, optimalizují náklady na rekrutaci a celkově zlepšují náborové kampaně. Využití těchto nástrojů umožňuje společností přizpůsobit náborové strategie aktuálním tržním požadavkům a efektivně obsazovat volné pozice.

Rozdíly v přístupech mezi uchazeči a zaměstnavateli spočívají ve způsobu komunikace a v očekáváních od pracovních pozic. Uchazeči preferují rychlou a přímou komunikaci přes sociální média, zatímco zaměstnavatelé vyžadují detailní a strukturované prezentace na profesionálních sítích, což umožňuje důkladnější prověření kandidátů. Tyto rozdíly zdůrazňují potřebu výběru správné platformy, která reflektuje jak potřeby organizace, tak preferenci kandidátů, a zvyšují efektivitu náborových procesů a schopnost firmy přitahovat a udržet kvalifikované talenty.

Celkově, správná volba a kompetentní využití online náborových platform, podložené odbornými výzkumy a praktickými výsledky, je klíčová pro úspěšné strategie přitahování talentů v digitálním věku. Tato synergická kombinace technologických nástrojů a strategického přístupu k náboru přispívá k dynamickému a adaptabilnímu prostředí, které je nezbytné pro moderní podnikání v kontextu globálního a digitalizovaného trhu práce.

Strategie digitálního náboru musí být dynamické a flexibilní, aby dokázaly reagovat na rychlé změny v technologickém a ekonomickém prostředí. Například, adaptace na nové technologie, jako jsou umělá inteligence a strojové učení, může poskytnout společností nástroje pro přesnější identifikaci a výběr kandidátů podle specifických kvalifikací a kompetencí. Integrace těchto technologií do náborových procesů nejenže zvyšuje efektivitu, ale také umožňuje personalizaci přístupu k jednotlivým kandidátům, což zvyšuje jejich spokojenost a angažovanost během výběrového procesu.

Zároveň je klíčové, aby organizace vyvíjely úsilí ve zvyšování digitální gramotnosti svých HR týmů. Školení zaměstnanců v oblastech jako je data analytics, digitální marketing a právní aspekty ochrany osobních údajů může výrazně přispět k efektivitě a bezpečnosti náborových procesů. V tomto kontextu, efektivní využívání digitálních nástrojů a platform znamená nejen zlepšení technických schopností, ale i etického a zákonného rámce práce s osobními daty kandidátů.

Význam komunikace a značkování na sociálních sítích rovněž narůstá, jelikož zaměstnavatelé využívají tyto kanály pro budování svého zaměstnavatelského brandu. Atraktivní a transparentní prezentace firmy může efektivně přilákat talentované kandidáty, kteří jsou motivováni být součástí firemní kultury. Interaktivní a

vizuálně přitažlivé kampaně mohou významně podpořit zájem uchazečů a zjednodušit proces výběru vhodných kandidátů, což představuje strategickou výhodu na konkurenčním trhu.

V konečném důsledku, úspěch digitálních náborových strategií závisí na schopnosti společností efektivně integrovat různé technologické nástroje a přizpůsobit se proměnlivým požadavkům trhu. Tato adaptabilita není pouze o využívání nových platform, ale také o schopnosti inovovat a kreativně aplikovat dostupné technologie pro maximální výkon náborových aktivit.

# Seznam použité literatury

ARMSTRONG, Michael, 2007. *Řízení lidských zdrojů: nejnovější trendy a postupy: 10. vydání*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-1407-3.

BAUER, Daniel, 25.09.2020. *Jak na firemní Instagram — 7 praktických tipů*. Socials. [online]. Dostupné z: <https://www.socials.cz/cs/7-zakladnich-tipu-jak-na-instagram-delate-je-vsechny/> [cit. 2024-04-19].

FOSTER, Michael, 2002. *Recruiting on the web: Smart Strategies for Finding the Perfect Candidate*. [online] New York: McGraw Hill LLC. 304 s. ISBN 978-0-07-142895-8.

HEADWORTH, Andy, 2015. *Social Media Recruitment: How to successfully integrate social media into recruitment strategy. 1*. Kogan page limited. ISBN 978-0-7494-7371-6.

HETLER, Amanda, 09.09.2022 *6 trends in recruiting technologies*. TechTarget: WhatIs. [online]. Dostupné z: <https://www.techtarget.com/whatis/feature/6-trends-in-recruiting-technologies> [cit. 2024-04-19].

Hofmann 02.07.2021. *Pět důvodů, proč využít personální agenturu při hledání práce*. Personal Hofmann [online]. Dostupné z: <https://www.hofmann-personal.cz/cz/blog/pet-duvodu-proc-vyuzit-personalni-agenturu-pri-hledani-prace.html>. [cit. 2024-04-05].

HORVÁTHOVÁ, Petra; BLÁHA, Jiří a ČOPÍKOVÁ, Andrea. 2016. *Řízení lidských zdrojů: nové trendy*. Praha: Management Press, 2016. ISBN 978-80-7261-430-1.

HRnews, 30.12.2020. *Video jako nástroj nábory v roce 2021* [online]. Dostupné z: <https://www.hrnews.cz/lidske-zdroje/rizeni-id-2698710/video-jako-nastroj-naboru-v-roce-2021-id-3982361> [cit. 2024-04-19].

Image & Innovation, 14.12.2020. *Top 10 Žadatel Sledovací Systémy (ATS) Software pro rok 2020* [online]. Dostupné z: <https://imagexinnovation.com/cs/top-10-zadatel-sledovaci-systemy-ats-software-pro-rok-2020/> [cit. 2024-04-19].

LAUBY, Sharlyn, 2018. *The Recruiter's Handbook: A Complete Guide for Sourcing, Selecting, and Engaging the Best Talent. 1. vydání*. Alexandria: Society for Human Resource Management. ISBN 978-1-58644-465-5

LEONOVÁ, Jelena, 27.03.2019. *30+ aplikací pro rekrutéry a HR*. Hurma Work. [online]. Dostupné z: <https://hurma.work/rf/blog/30-prilozhenij-dlja-rekruterov-i-hr-ov-2/> [cit. 2024-04-19].

LICHTENBERKOVÁ, Kateřina, 5.11. 2020. *Člověk, svět práce a digitální technologie. Základní vzdělávání*. Metodicky portal RVP.cz [online]. Dostupné z: <https://clanky.rvp.cz/clanek/c/Z/22676/clovek-svet-prace-a-digitalni-technologie.html> [cit. 2024-04-19].

MARR, Bernard, 2018. *Data-driven HR: how to use analytics and metrics to drive performance. 1st edition*. New York: Kogan Page. ISBN 978-0-7494-8247-3.

MASSELOS, Julie, 01.04.2024. *Targeted Recruitment Strategy: Types, Benefits & Tips*. TogglBlog [online]. Dostupné z: <https://toggl.com/blog/targeted-recruitment-strategy> [cit. 2024-04-19].

MHR. 28.1.2020. *How Recruitment Has Changed Over the Past Decade*. MHR: Knowledge Hub, HR. [online]. Dostupné z: <https://mhrglobal.com/uk/en/knowledge-hub/hr/how-recruitment-has-changed-over-past-decade> [cit. 2024-04-19].

MISHRA, Arpit, 28.12.2017 *How to begin with your digital recruitment strategy*. HackerEarth Blog: Talent Assessment. [online]. Dostupné z: <https://www.hackerearth.com/blog/talent-assessment/begin-digital-recruitment-strategy/> [cit. 2024-04-19].

MUELLER, Annie, 04.08.2022. *The Cost of Hiring a New Employee: Consider recruitment, training, benefits, and more*. Investopedia. [online]. Dostupné z: <https://www.investopedia.com/financial-edge/0711/the-cost-of-hiring-a-new-employee.aspx> [cit. 2024-04-19].

ROSHCHIN, Sergey; SOLNTSEV, Sergey a VASILYEV, Dmitry. 2017 *Recruiting and Job Search Technologies in the Age of Internet*. Online. Foresight and STI Governance. roč. ISSN 25002597. Dostupné z: <https://doi.org/10.17323/2500-2597.2017.4.33.43>. [cit. 2024-03-13].

RVP.cz, 10.12.2015. *Vzdělávací oblast Člověk a svět práce – úvod*. NPI. [online]. Dostupné z: <https://digifolio.rvp.cz/view/view.php?id=10760> [cit. 2024-04-01].

SADOVÁ, J., 13.05.2022. *Mechanismus formování nerovnosti na trhu práce v digitální éře. Produktivita práce*. VNI truda. [online]. Dostupné z: <https://vcot.info/blog/mehanizm-formirovania-neravenstva-na-rynke-truda-v-cifrovuu-epohu> [cit. 2024-04-15].

SPIRIDONOVA, Galina, 2013. *Strategija kommunikacii HR-brenda v menedžmentě sovremennykh kompanij: zarubežnyj opyt*. Moskva: Mirreja. ISSN 2079-7052.

SPIRIDONOVA, Kristina, 11.04.2024. *Vývoj aplikací pro nábor: základní funkce a cena*. Purrweb. [online]. Dostupné z: <https://www.purrweb.com/ru/blog/razrabotka-prilozhenij-dlya-najma/> [cit. 2024-04-19].

ŠESTAKOVA, Elena, 2022. *Digital technologies in the HR sphere. Shag v nauku*. ISSN: 2542-1069

Targeted Recruiting. BambooHR: HR Glossary. 04.05.2019. *What Is Targeted Recruiting?* [online]. Dostupné z: <https://www.bamboohr.com/resources/hr-glossary/targeted-recruiting/> [cit. 2024-04-19].

TEGZE, Jan, 2019. *Jak hledat zaměstnance v 21. století: techniky moderního recruitmentu*. Praha: Grada. ISBN 978-80-271-0551-9.

TEGZE, Jan, 2019. *Full Stack Recruiter: Falešní kandidáti a hackeři: jak je odhalit*. Praha: Grada. ISBN: 978-1091555015.

ULRICH, D, YOUNGER, J, BROKBANK, W, ULRICH, M, 2014. *Nová éra řízení lidských zdrojů – ze servisu partnerem: Šest kompetencí pro HR budoucnosti*. Grada Publishing ISBN 978-80-247-5090-3

URBAN, Jan, 2013. *Řízení lidí v organizaci: personální rozměr managementu. 2., rozš. vyd. Vzdělávání dospělých*. Praha: Wolters Kluwer Česká republika. ISBN 8073579251.

Workplace roundtable, 09.08.2021. *Monster, LinkedIn, Indeed: Job Boards Explained and Compared*. [online]. Dostupné z: <https://workplacroundtable.com/monster-linkedin-indeed-job-boards-explained-and-compared/> [cit. 2024-04-19].

Workplace roundtable, 17.04.2021 *ZipRecruiter Vs. Indeed: The Ultimate Comparison*. [online]. Dostupné z: <https://workplacroundtable.com/ziprecruiter-vs-indeed-the-ultimate-comparison/> [cit. 2024-04-19].

ZAKHAROV, D., 2018. *Nábor zaměstnanců pomocí sociálních sítí*. DOI 10.12/3412309-3633-2018-1-25-30.

# Seznam grafů

GRAF 1: POHLAVÍ.....	26
GRAF 2: ODVĚTVÍ.....	26
GRAF 3: VĚK.....	26
GRAF 4: INTERNETOVÉ PLATFORMY PRO HLEDÁNÍ PRÁCE.....	27
GRAF 5: INTERNETOVÉ PLATFORMY PRO NÁBOR.....	27
GRAF 6: SOCIÁLNÍ SÍŤ.....	27
GRAF 7: VÝHODY HLEDÁNÍ PRÁCE PŘES INTERNET.....	28
GRAF 8: VÝHODY INTERNETOVÉHO NÁBORU.....	28
GRAF 9 VÝZVY A PŘEKÁŽKY PRO MANAGERY.....	29
GRAF 10: NEVÝHODY PRO UCHAZEČI.....	29
GRAF 11: ČETNOST POUŽITÍ.....	30
GRAF 12: AKTUALIZACE STRATEGIE NÁBORU.....	30
GRAF 13: TYP OBSAHU NEBO INFORMACE.....	31
GRAF 14: ROZHODUJÍCÍ FAKTORY.....	31